



idat

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO

“IDAT”

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN CIENCIAS PUBLICITARIAS

PROPUESTA DE PLAN DE CONTENIDO PARA CHOCOLISTO

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título Profesional Técnico en Ciencias
Publicitarias**

ARIANA ANGULO RUIZ

ALESSANDRA ARROYO ADVINCULA

**Lima – Perú
2025**

Dedicatoria

Dedicamos este proyecto a Dios, por guiarnos en cada paso; a nuestros padres y familia, por su apoyo incondicional y constante aliento. Gracias por estar siempre con nosotras.

Índice General

Resumen Ejecutivo	5
Introducción	7
Capítulo I: Design Thinking: Proceso Analítico	9
<i>Historia y Antecedentes de Chocolisto</i>	9
<i>Desarrollo del Brief de Chocolisto</i>	12
<i>Modelo IER de Campañas Publicitarias</i>	15
<i>¿Qué, cómo, por qué de la marca?</i>	19
<i>Mapa de Actores</i>	21
<i>Desarrollo de Entrevistas Personales</i>	24
<i>Benchmark del Mercado</i>	34
<i>Mapa Mental</i>	39
<i>Diagrama de Ishikawa</i>	40
Capítulo II: Design Thinking: Proceso Creativo	41
<i>Técnica de Brainstorming y lluvia de Ideas</i>	41
<i>Técnica Cardsorting</i>	44
<i>Técnica Ideación basada en superhéroes</i>	45
<i>Desarrollo de Prototipos</i>	52
<i>Storyboard y Guion Gráfico</i>	55
<i>Encuestas Cuantitativas</i>	63
<i>Evaluación de Experiencias</i>	75
<i>Técnica de Poster</i>	78
Capítulo III: Concepto Central Creativo	79
<i>Valor de Marca (Brand Equity)</i>	79
<i>Posicionamiento de Marca y Slogan</i>	79
<i>Brand Essence Wheel (BEW)</i>	80
<i>Pirámide del Insight</i>	81
<i>Tono de comunicación</i>	81
<i>Copy Strategy</i>	82
<i>Claim de la campaña:</i>	83
Capítulo IV: Branded Content	83
<i>Campaña Digital en Instagram</i>	83
<i>Campaña Digital en Facebook</i>	90

<i>Campaña Digital en Youtube</i>	91
<i>Campaña Digital en Tiktok</i>	92
<i>Conclusiones y Recomendaciones</i>	94
<i>Referencias Bibliográficas</i>	97
<i>Anexos</i>	100

Resumen Ejecutivo

El presente proyecto de investigación analiza estratégicamente la marca Chocolisto, una bebida achocolatada que ha mantenido una presencia sólida en el mercado por más de cuarenta años. Desarrollado por la Compañía Nacional de Chocolates, Chocolisto ha logrado posicionarse como una opción práctica y nutritiva para niños, consolidando su identidad a través de campañas memorables y una propuesta de valor basada en el sabor, la nutrición y la conveniencia.

Esta monografía se centra en comprender su evolución, su impacto en distintos mercados de América Latina y su adaptación ante los cambios en los hábitos de consumo. El objetivo principal de este estudio es diseñar una estrategia de contenido digital que permita fortalecer el posicionamiento de Chocolisto en el entorno digital, conectando de forma auténtica con audiencias modernas, especialmente madres jóvenes con estilos de vida acelerados.

Para lograrlo, se han utilizado metodologías de pensamiento creativo, análisis de marca, benchmarking y herramientas de marketing digital, abordadas en cuatro capítulos que abarcan desde los antecedentes y diagnóstico estratégico hasta la formulación de una propuesta innovadora de branded content.

Como resultado, se plantea una línea de comunicación que prioriza formatos visuales dinámicos, contenido útil y emocionalmente resonante, integrando el producto de manera sutil pero constante en la vida cotidiana. Esta propuesta no solo representa una oportunidad de crecimiento para la marca, sino también una vía efectiva para incrementar el engagement, impulsar su

relevancia en redes sociales y atraer inversión en estrategias que aseguren su vigencia en el ecosistema digital actual.

Introducción

La presente monografía se centra en el análisis estratégico y creativo de la marca Chocolisto, con especial atención a su versión bebible de almendra, considerando su evolución, identidad corporativa y posicionamiento dentro del competitivo mercado de bebidas achocolatadas. En un contexto donde las exigencias del consumidor han cambiado significativamente, particularmente entre madres modernas que valoran la nutrición práctica, se hace necesario replantear las estrategias de comunicación para fortalecer el vínculo emocional con el público objetivo. La marca, si bien posee un reconocimiento consolidado, ha enfrentado el reto de mantener su relevancia en un entorno digital en constante transformación.

Este estudio resulta pertinente porque permite identificar oportunidades de mejora en la presencia digital de Chocolisto, adaptándose a nuevas formas de consumo de contenido y a las demandas emocionales del consumidor actual. Se ha observado que, si bien existen campañas destacadas en la historia de la marca, no se ha profundizado en el uso de metodologías creativas para proyectar su identidad en formatos modernos y de alta interacción. Por ello, este trabajo busca no solo analizar el estado actual de la marca, sino también generar propuestas que respondan a las necesidades de una audiencia digital activa.

En el Capítulo I, se establece el marco teórico y conceptual, definiendo elementos clave como branding, posicionamiento, contenido de marca (branded content) y creatividad estratégica. Asimismo, se contextualiza el mercado de bebidas achocolatadas y se identifican los principales actores que compiten en este espacio.

En el Capítulo II, se presenta un análisis exhaustivo de Chocolisto, abarcando su historia, evolución gráfica y comunicacional, sus valores fundamentales, así como los elementos que componen su propuesta de valor. También se evalúan campañas publicitarias emblemáticas y su impacto en la percepción del consumidor.

El Capítulo III está orientado a la aplicación de metodologías creativas para el desarrollo de nuevas estrategias comunicacionales. Se ha utilizado pensamiento lateral, mapas conceptuales e ideación estructurada para construir un concepto creativo que funcione como eje articulador de futuras campañas. Como resultado, se definió una línea estratégica basada en la cercanía emocional con madres modernas, integrando la bebida como parte de su rutina diaria de manera orgánica y significativa.

Finalmente, en el Capítulo IV, se propone una campaña digital integral fundamentada en branded content, con especial énfasis en plataformas como Instagram, Facebook, TikTok y YouTube, donde se priorizan formatos breves, visuales y dinámicos. Esta propuesta responde a los hallazgos obtenidos a lo largo del estudio, los cuales revelaron la necesidad de actualizar el lenguaje visual y narrativo de la marca para conectar con nuevas generaciones de consumidores.

En conclusión, esta investigación ha demostrado que Chocolisto Bebible de Almendra posee un alto potencial para fortalecer su posicionamiento mediante estrategias digitales creativas, pertinentes y emocionalmente resonantes. La propuesta presentada ofrece una hoja de ruta clara para renovar la presencia de la marca en entornos digitales, conectando con sus públicos desde la cotidianidad, la practicidad y el valor nutritivo que representa.

Capítulo I: Design Thinking: Proceso Analítico

Historia y Antecedentes de Chocolisto

Chocolisto es una bebida achocolatada en polvo que ha acompañado a las familias colombianas por más de cuatro décadas. Su lanzamiento al mercado se dio en el año 1975, respaldado por la Compañía Nacional de Chocolates, actualmente parte del Grupo Nutresa. Esta bebida surgió como una alternativa innovadora dentro de la industria, con el propósito de diversificar la oferta de productos y fomentar el cultivo del cacao en el país, ofreciendo a los consumidores una forma rápida y práctica de disfrutar el chocolate con leche.

Desde su creación, Chocolisto ha destacado por su enfoque en la nutrición infantil, ya que está enriquecido con vitaminas y minerales clave para el crecimiento de los niños. A lo largo de los años, la marca ha evolucionado, introduciendo en 2001 al personaje "Jack" con el lema "Chocolisto te hace grande".

En el año 2019, Chocolisto presentó una campaña inspiradora titulada “**Alimenta lo mejor de ti**”, cuyo propósito fue acompañar a madres y padres en el impulso de las pasiones y talentos de sus hijos, motivándolos a desarrollar aquello que más disfrutaban, todo mientras disfrutaban del sabor característico del producto.

A través de esta iniciativa, la marca buscó ir más allá del consumo cotidiano, promoviendo un mensaje de transformación y esperanza. Con este enfoque, Chocolisto reafirma su compromiso con el desarrollo integral de la niñez, trabajando activamente en pro del Objetivo de Desarrollo Sostenible relacionado con la educación de calidad.

La marca apuesta por un futuro donde todos los niños del país tengan acceso a oportunidades educativas que les permitan adquirir habilidades útiles, fortalecer sus sueños y superar las barreras que limitan su crecimiento.

Academia de Pasiones: Un proyecto que impulsa el talento infantil a través de la educación con la firme intención de derribar las barreras que limitan el acceso a una educación de calidad, **Chocolisto** ha impulsado la **Academia de Pasiones**, una iniciativa que busca transformar el futuro de los niños en Colombia mediante el fomento de sus intereses y habilidades.

La marca cree en el poder del conocimiento como herramienta para el cambio social, por ello lleva experiencias de aprendizaje significativas a comunidades que necesitan nuevas oportunidades. Este programa se ha desarrollado en colaboración con la **Universidad Pontificia Bolivariana (UPB)**, diseñando módulos educativos centrados en tres disciplinas: **fotografía básica, ilustración de personajes y escritura creativa.**

Estas áreas no solo fortalecen la expresión artística, sino que también dotan a los niños de herramientas que estimulan su imaginación y potencial creativo. La primera fase de implementación se realizó en alianza con la **Corporación PAN**, que identificó los sectores de intervención inicial en la ciudad de **Medellín**, marcando así el inicio de un proyecto piloto con miras a su expansión nacional.

El objetivo central de esta academia es brindar un espacio en el que los niños y niñas puedan descubrir y desarrollar sus pasiones, reforzando sus capacidades y brindándoles posibilidades reales de construir un mejor futuro. Para el año **2023**, se propusieron alcanzar a **300**

niños y niñas en el departamento de **Antioquia**, logrando un impacto tangible en sus vidas a través del arte y la creatividad.

Los testimonios recogidos en el camino reflejan la profunda huella que este proyecto está dejando. Historias de superación, entusiasmo y sueños en construcción, que confirman el enorme poder de una educación con sentido y propósito. “Nuestra Visión, Su Futuro”: Un compromiso por la salud visual infantil y el medioambiente

Chocolisto ha decidido ir más allá del simple acto de nutrir, convirtiendo su emblemático envase en una oportunidad tangible para cambiar vidas. A través de la iniciativa “Nuestra Visión, Su Futuro”, la marca busca contribuir activamente a la reducción de los problemas visuales que afectan a más de 204,000 niños y niñas en Colombia, dificultando su desarrollo educativo y su calidad de vida.

En alianza con Sajú y Save the Children, se planteó el objetivo de entregar 500 gafas durante el año 2023 a menores entre los 5 y 18 años con dificultades visuales. Esta acción no solo atiende una necesidad urgente en materia de salud infantil, sino que también refleja un enfoque innovador hacia la sostenibilidad.

Las tapas de los tarros de Chocolisto, tradicionalmente de plástico de un solo uso, son recolectadas, procesadas y transformadas en monturas de gafas. De esta manera, el proyecto logra una doble contribución: mejorar la salud visual de los niños y reducir el impacto ambiental al darle una segunda vida a un material que usualmente se desecha.

Con esta propuesta, Chocolisto refuerza su papel como marca transformadora, demostrando que es posible nutrir el cuerpo, el entorno y el futuro de las nuevas generaciones,

todo al mismo tiempo. Gracias a su popularidad, Chocolisto ha logrado expandirse más allá de Colombia y actualmente se encuentra disponible en países como Bolivia, Ecuador, Perú, Panamá y Estados Unidos.

La marca sigue comprometida con su misión de impulsar el desarrollo de los niños, motivándolos a alcanzar sus metas mientras disfrutan de una bebida deliciosa y nutritiva.

Desarrollo del Brief de Chocolisto

Introducción:

En la ajetreada vida diaria de las madres, la falta de tiempo y la carencia de opciones saludables para el desayuno son desafíos constantes. Estas madres buscan alternativas que no solo sean rápidas de preparar, sino que también satisfagan las necesidades nutricionales de sus hijos, especialmente en términos de proteínas y otros nutrientes esenciales.

Objetivo

Comunicar el nuevo lanzamiento de Chocolisto como una opción saludable y rápida para el desayuno, posicionándolo como la mejor elección para las madres preocupadas por la nutrición de sus hijos.

Público Objetivo

Madres preocupadas por una nutrición balanceada para sus hijos

NSE: B - C

Sexo: Femenino

Edad: 25 a 35 años

Geográfico: Lima Centro, Perú

Comportamiento: Suelen tener dificultades para preparar un desayuno nutritivo debido a la falta de tiempo.

Intereses: Prefieren productos de fácil preparación y nutritivos. Se mantienen informadas sobre temas de nutrición y bienestar infantil.

Beneficios

Chocolisto ofrece una alimentación rica y saludable para los niños, convirtiéndose en una opción atractiva para aquellos que buscan un desayuno delicioso y diferente. Además, proporciona energía y nutrientes esenciales para el crecimiento y desarrollo de los niños.

Reason Why

Beneficio Racional: Chocolisto está enriquecido con vitaminas y minerales esenciales, proporcionando nutrición, energía y un sabor agradable que los niños aman.

Beneficio Emocional: Brinda comodidad a las madres al ofrecer una solución rápida y nutritiva. Además, despierta la nostalgia de los momentos compartidos en familia y fortalece la conexión emocional entre padres e hijos.

Diferencial: Chocolisto se distingue por su sabor inconfundible, su enfoque en la nutrición infantil, su versatilidad como bebida y su compromiso con la comunidad.

COMPETENCIA: La competencia principal de Chocolisto es Milo, una marca de bebida en polvo de chocolate que también se enfoca en ofrecer productos nutricionales para niños. Milo ha sido un competidor fuerte debido a su larga trayectoria y reconocimiento de marca a nivel mundial.

Análisis FODA

Fortalezas:

Fórmula enriquecida con vitaminas y minerales esenciales.

Posicionamiento como una opción rápida y nutritiva.

Sabor atractivo para los niños.

Marca reconocida en el mercado infantil.

Presentación práctica y lista para consumir.

Oportunidades:

Tendencia creciente hacia productos funcionales y nutritivos.

Madres buscando alternativas rápidas pero saludables.

Crecimiento del mercado de bebidas listas para consumir.

Posibilidad de alianzas con colegios y programas de nutrición infantil.

Debilidades:

Menor reconocimiento de marca en comparación con Milo.

Percepción de que las bebidas saborizadas pueden contener demasiados azúcares.

Limitada diferenciación en comunicación frente a la competencia.

Amenazas:

Competencia fuerte de marcas como Milo y Nesquik.

Regulaciones sobre etiquetado nutricional y contenido de azúcar.

Cambios en hábitos de consumo que favorecen opciones sin azúcar añadida.

Objetivo SMART

Específico: Posicionar Chocolisto como la mejor opción de desayuno nutritivo y práctico para madres preocupadas por la alimentación de sus hijos.

Medible: Alcanzar un 20% de reconocimiento de marca en el segmento de madres NSE B-C en Lima Centro durante los primeros 6 meses de la campaña.

Alcanzable: Se utilizarán estrategias digitales, para lograr este reconocimiento.

Relevante: La campaña responde a la necesidad de las madres de ofrecer opciones nutritivas y rápidas para sus hijos.

Temporal: El objetivo debe alcanzarse en un período de 6 meses a partir del lanzamiento de la campaña.

Modelo IER de Campañas Publicitarias

“Por qué te quiero”

Descripción: El amor de madre e hijo, chocolisto impulsa con el spot una buena alimentación de todos los días con amor, importancia y cuidado de cada niño.

Segmento Objetivo: Madres de familia entre 25 a 35 años que se preocupan por la alimentación de sus hijos, NSE B-C donde buscan un pacto de toda la vida la buena alimentación con amor.

Impacto:

Creencia	Actitud a la que apela	Actitud que está cambiando
Las madres son perfectas	Es tu deber por ser madre	Para ser madre no tienen que ser perfectas
Es obligación de ser mamá	Ningunean a las madres por los pasados siglos	Mamá y papá son un equipo y cuidan de sus niños
Ella lo tiene que alimentar bien	Las presionan por el cuidado y la buena alimentación de su niño	Entre madres se apoyan y comparten consejos
Mamá tiene que saberlo todo	Buscan y exigen perfección	Las madres aprenden de sus niños con el amor y cuidado mutuo

Entendimiento: Al visualizar el spot muestra el amor incondicional de madre e hijo, el niño curiosamente pregunta por qué le da chocolito y la madre sencillamente contesta “Por qué te quiero” la muestra de amor con una confiable alimentación y sin necesidad de buscar perfección.

Recompensa: La marca invita que con la compañía del producto tengan un hogar amigable por la buena alimentación con amor y chocolito todos los días.

Alimenta las pasiones de tus hijos con chocolisto

Descripción: Chocolisto muestra la pasión de cada niño, el talento que puede nacer en ellos, donde una madre está acompañando en cualquier momento, en buenos y malos ratos.

Segmento Objetivo: Madres de familia de 25 a 35 años, que acompañan en cada actividad de sus hijos con el NSE B-C.

Impacto:

Creencia	Actitud a la que apela	Actitud que está cambiando
Para la música hay que ser perfectos	Criticar a niños que desde tan pequeños nacen con un gusto musical	Aprender es el inicio del éxito para las cosas que te gustan como talleres
Aún eres niño no tienes talento	Por tener una edad corta, no tienen la confianza de su talento	Hay niños que tienen una trayectoria, que confiaron en su talento ante todo
Ponte a estudiar	Juzgan y minimizan que el talento no vale solo los estudios	El estudio es fundamental pero hoy en día en el colegio incluyen talleres de danza y canto
Mamá siempre te dirá cosas perfectas	Insinúan que una mamá va cegar con sus palabras a su niño	Una madre siempre dirá la verdad, por que desea el bienestar de su niño

Entendimiento: En spot nos quiere mostrar como una madre apoya en los buenos y malos momentos del talento de su niño con la compañía de chocolisto para que sea más fuerte y siga avanzando con los miedos que pueda tener.

Recompensa: Chocolisto ayuda la buena relación de las madres con sus hijos, también el producto acompaña en cada momento de su vida cotidiana.

Alimenta el futuro de tus hijos con chocolisto

Descripción: Chocolisto lanza un spot donde las madres se preocupan por el futuro de sus hijos por lo cual el compañero de su crecimiento es chocolisto.

Segmento Objetivo: Madres de familia del NSE B-C donde muestran la importancia de su crecimiento y futuro para sus hijos y así alimentarlos con seguridad.

Impacto:

Creencia	Actitud a la que apela	Actitud que está cambiando
En ti está el futuro de tu hijo	Las presiones de la sociedad hacia las madres por el buen futuro de sus hijos	Con un producto nutritivo las madres sienten una buena confianza
Alimentalo bien para que salga todo un profesional	El temor de una madre, que juzguen por las etapas de crecimiento de sus hijos	Hoy en día hay productos que integran vitaminas para un buen futuro para los niños
Si tiene mal futuro es culpa de su mamá	El temor que puede sentir una madre sobre el buen futuro de su hijo	Hablar con los hijos, preguntar que tal va en el colegio y siempre estar presente en el lado emocional.

Entendimiento: Nos muestra la etapa de cada niño, su crecimiento y como comienza a hacer cosas que le gusta desarrollar para convertirse en un profesional.

Recompensa: Chocolisto es un aliado para el buen crecimiento, un compañero de las habilidades y desarrollo de cada niño.

¿Qué, cómo, por qué de la marca?

¿Qué representa la marca?

Chocolisto es una marca que transmite confianza, calidad y tradición en el mercado de bebidas achocolatadas. A lo largo de los años, ha construido una conexión sólida con los

consumidores, especialmente con los padres, quienes la perciben como una opción confiable para la alimentación de sus hijos.

Su comunicación se centra en valores como nutrición, energía y crecimiento, consolidándose como un aliado en el desarrollo infantil.

¿Cómo se posiciona en el mercado?

Chocolisto se diferencia en el mercado gracias a su combinación de sabor y nutrición. Su estrategia de marketing mix se basa en destacar su enriquecimiento con vitaminas y minerales, lo que refuerza su valor agregado frente a otras bebidas achocolatadas. Su comunicación enfatiza tanto el disfrute del producto como sus beneficios funcionales, logrando un equilibrio entre indulgencia y bienestar.

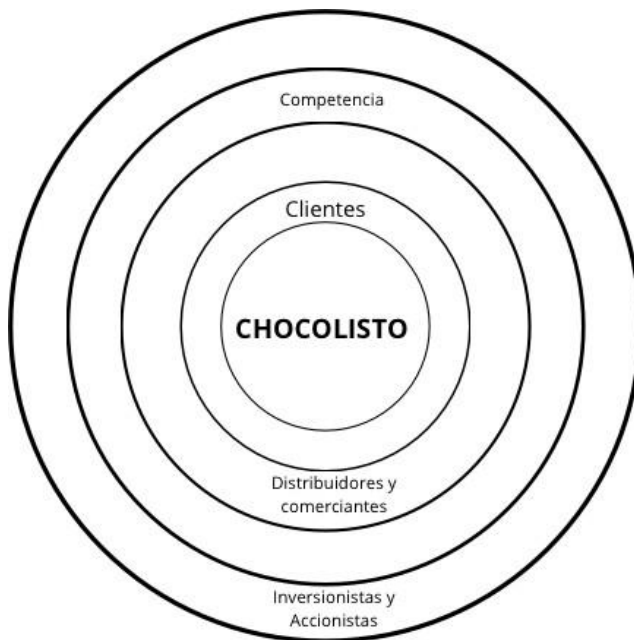
Además, su presencia en múltiples canales de distribución, campañas dirigidas al segmento infantil fortalecen su posicionamiento.

¿Por qué es relevante para su audiencia?

Chocolisto responde a una necesidad clave de su público objetivo: brindar a los niños una bebida deliciosa sin que los padres deban comprometer la nutrición. Su propuesta de valor se alinea con el deseo de los padres de ofrecer opciones alimenticias que combinen buen sabor con beneficios para el crecimiento y desarrollo.

Esta relevancia se refuerza a través de su comunicación cercana y campañas que conectan emocionalmente con las familias, generando fidelidad y confianza en la marca.

Mapa de Actores



Cientes:

- **Padres:** Influyen la compra de productos para sus hijos, especialmente en cuanto a aspectos nutricionales y saludables.

Distribuidores y Comerciantes:

- **Supermercados y Tiendas de Abarrotes:** Estos establecimientos son los puntos de venta principales para los productos de Chocolisto. Su alta visibilidad y gran flujo de clientes permiten que llegue a un amplio público. Las cadenas de

supermercados y tiendas de abarrotes ofrecen un lugar conveniente para que los consumidores adquieran el producto en su rutina diaria de compras.

- **Mayoristas:** Los mayoristas actúan como intermediarios que distribuyen los productos de Chocolisto a varios puntos de venta. Su función es asegurar que el producto esté disponible en diversas ubicaciones y en grandes volúmenes. Esto ayuda a ampliar la cobertura de mercado y a asegurar la disponibilidad del producto en distintas regiones.

Competencia:

- Milo es un producto de cacao en polvo y malta enriquecido con vitaminas y minerales, fabricado por Nestlé. Este se disuelve fácilmente en leche y está diseñado para proporcionar una combinación nutritiva que atrae a consumidores que buscan una opción saludable y energizante en bebidas.

Inversionistas y Accionistas:

- Los inversionistas y accionistas son individuos o entidades que han invertido capital en la marca, con el interés de obtener rendimientos financieros a través de su desempeño y crecimiento. Los inversionistas aportan recursos financieros para apoyar el desarrollo y expansión de Chocolisto, mientras que los accionistas

poseen una participación en la empresa y están interesados en su éxito a largo plazo, buscando maximizar el valor de sus inversiones mediante el crecimiento de la marca y su rentabilidad.

Proceso de investigación de mercado

Fase 1: Planteamiento del problema

Al realizar una investigación de mercado nos enfocamos con una problemática que hoy en día las madres se preocupan por realizar una buena lonchera, necesitando algo listo, por los motivos que trabajan o hacen otras responsabilidades.

El problema se presenta diario, la buena alimentación de un niño es cotidiano, una madre muestra inseguridad y temor al saber que es bueno para su niño. Las madres necesitan el acompañamiento ideal, que sea delicioso y nutritivo para ofrecer algo confiable y seguro para ellas.

Objetivo General:

Investigar y analizar las necesidades y preferencias de las madres en cuanto a opciones de loncheras saludables, listas para consumir, que sean nutritivas y confiables para sus hijos , con el fin de desarrollar un producto que cumpla con estos requisitos y aumente la confianza de las madres en la alimentación de sus pequeños.

Objetivo Específico:

- Analizar las percepciones de las madres sobre lo que constituye una lonchera saludable.
- Evaluar las preferencias de sabor y los valores nutricionales esperados por las madres.
- Evaluar la percepción de confianza y seguridad que genera el producto entre las madres.

Desarrollo de Entrevistas Personales

Para comenzar, me gustaría conocer un poco más sobre ti y tus hábitos con relación a la preparación de lonchera para tu hijo. Esto nos ayudará a entender mejor tu perspectiva.

Temas:

- Reconocimiento de Marca
 - Conocimiento de la Marca
 - Métodos de descubrimiento
- Percepción de la Marca
 - Imagen de la Marca
 - Asociaciones de Marca
 - Diferenciación de la competencia
- Hábitos y experiencia de compra
 - Frecuencia de compra
 - Canales de compra

- Expectativas y preocupaciones
 - Expectativas nutricionales
 - Preocupaciones específicas
- Satisfacción y experiencia de uso
 - Sugerencias de mejora
 - Repetición de compra
 - Nivel de satisfacción

Cierre:

Muchas gracias [entrevistada] por compartir tus opiniones y experiencias. Tu retroalimentación es muy valiosa para nosotros. ¿Hay algo más que te gustaría agregar sobre Chocolisto o sobre productos similares que utilizas?

Técnica: Entrevista personales

Cantidad de Campo:

Locación: Virtual-Presencial

Perfil: Madres de familia entre 25 a 35 años, son amas de casa y trabajadore

Entrevistas:

Fiorella Nell, 25 años, es pediatra, tiene un hijo de 3 años que siempre le brinda el producto de chocolisto. Conoció a Chocolisto por los comerciales de Tv los beneficios que ofrece, que es practico, facil para preparar le sorprendió y desde ese momento inició la conexión para brindarle a su hijo.

Indica que brinda variedad de vitaminas, es llamativo como envase, dulce, práctico para la preparación de las mañanas para su hijo. Se siente satisfecha por que encuentra el producto fácilmente en sus tiendas cercanas y lo compra tres veces a la semana.

Sus preocupaciones son que el producto que compre no sea efectivo para su niño y se estaría arriesgando para la salud de su hijo. Desearía que la marca saque un nuevo sabor, que tenga la esencia del chocolate, pero con un sabor impresionante y entretenido para su niño.

Maria Fernanda, 25 años, está terminando la carrera de derecho, tiene un hijo de 4 años. Conoce a Chocolisto por publicidades en Tv, tiene una atracción sobre la marca por el insumo de poca azúcar y las vitaminas que contiene. Tiene a chocolisto como una marca saludable para su niño, ya que él prefiere chocolisto porque es una buena combinación para cualquier lonchera.

Refuerza cosas positivas por la buena combinación, que es delicioso y nutritivo. Ella menciona otras marcas y nos cuenta la experiencia que no compararía con

chocolisto porque es su primera elección por lo buenos beneficios que brinda a su hijo. Requiere que las loncheras rápidas no son iguales a lo que prepara una mamá para su hijo, no son completamente nutritivas y tiene miedo que no le pueda beneficiar su hijo.

Propone que chocolisto pueda sacar sabores variados, con ingredientes de frutos secos así sería una buena elección para su hijo ya que conoce sus gustos. Lo importante para ella es el valor nutricional que ofrece a su hijo, que con la compañía de chocolisto es un aporte importante para sus mañanas.

Camila Santos, tiene 28 años, trabajadora, tiene una hija de 5 años y un pequeño de 3 años. Tiene acercamiento con la marca, que conoce los buenos productos que ofrece como el clásico instantáneo. Conoció a chocolisto por las redes sociales, rescata una imagen positiva porque le ayuda en las mañanas para el acompañamiento perfecto para sus hijos. Adquiere el producto en un entorno cercano, como en los supermercados y mensualmente.

Opina que las loncheras rápidas que se compran en las tiendas, es una opción rápida o saca de apuros, ella prefiere hacer las loncheras a sus hijos porque se siente más confiada y sabe lo que está beneficiando a sus niños. Por el gusto de sus pequeños le gustaría que saquen otros sabores, ella es muy cuidadosa y busca que el producto sea nutritivo, accesible y económico para que siga siendo su buen aliado en la mañana.

Maria Lopez, 26 años, tiene un hijo de 5 años. Conoce a chocolisto, a través de una investigación de ella misma por la condición de Autismo que tiene su pequeño, sus mañanas de sus hijos son con chocolisto por lo sabroso y nutritivo que es.

Inició con otra marca, pero en el mercado llegaron buenos comentarios de otras madres, donde le dio la curiosidad de investigar por las redes sociales, de Facebook, Instagram y tik tok de cómo es la presencia y ver los beneficios que brinda el producto. Lo esencial de chocolisto para ella es la nutrición, que tiene un sabor único, preciso y sobre todo la calidad que brinda a comparación de otras marcas que no fueron de buena experiencia.

Para ella no es nutritivo las loncheras rápidas, no es una opción buena, ella trata siempre de organizarse para que pueda brindarle a su hijo la buena atención y lonchera. Por la condición que tiene su pequeño, ella tiene que observar todo lo bueno para él y evitar lo que le puede ocasionar alergias o incomodidades al consumir una bebida, siempre trata de informarse en cada cosa para una buena alimentación nutritiva de su hijo con la ayuda de los exámenes médicos que le indica el doctor.

Claudia Guillen, 35 años, ama de casa y tiene hijos gemelos de 5 años. Si tiene conocimiento de la marca, ya que sus hijos consumen el producto. Reconoce que la competencia también ofrece beneficios, pero ella indica que chocolisto es esencial por su sabor. Ella tiene que realizar compras semanalmente y adquiere en los supermercados el producto.

Opina qué pueden sacar una versión nueva de un sabor con un ingrediente nutritivo, para que pueda ser la fuerza y energía en las mañanas a los niños, que sea efectivo y no se pierda la esencia de la marca.

Rosa Rivera, 25 años, asistente de educación inicial, ama de casa y tiene un hijo de 9 años. Tiene todo bajo control al preparar la lonchera de su hijo. Siempre busca opciones ligeras y nutritivas que le den energía desde que empieza el día. Conoce y confía en marcas que la acompañan en este proceso, aquellas que complementan perfectamente la alimentación de su pequeño.

Recuerda con cariño la marca que fue clave en su crecimiento, en el de su familia y ahora en el de su hijo. Lo que más valora es que ofrece productos nutritivos, deliciosos y fáciles de preparar. Para ella, es fundamental que la marca mantenga un enfoque saludable y nutritivo, ya que desea prevenir la anemia y otras enfermedades que puedan afectar la salud de su niño.

Después de tantos años, mantiene su fidelidad porque encuentra en esa marca comodidad, sabor y bienestar para toda su familia. Desea contar con bebidas de chocolate que sean exquisitas y nutritivas, y que se complementen con productos como panqueques. Así, siente que puede armar una lonchera completa y balanceada, que no solo alimente a su hijo, sino también lo haga feliz.

Madeleine Leidy, 27 años, ama de casa y tiene un hijo de 7 años. Se organiza con dedicación para preparar la lonchera de su hijo, especialmente en estos días calurosos, donde siempre incluye refrescos que además de ser refrescantes, sean también nutritivos. Confía plenamente en la marca que reconoce y valora por la calidad de sus insumos.

Para ella, es esencial saber exactamente qué está dándole a su hijo. Esa confianza se fortalece cada vez que ve la marca presente en publicidades, recordándole que es una buena compañía, no solo para el desayuno de su pequeño, sino también para toda su familia. Es una madre atenta a cada detalle: analiza cuidadosamente los productos, revisa sus fechas de vencimiento, ingredientes y propiedades nutricionales.

Por eso, su producto ideal sería una bebida rápida, práctica y 100% nutritiva, que acompañe a su hijo en sus jornadas escolares y le brinde la energía que necesita para aprender y crecer.

Ana Rivera, 35 años, docente de educación inicial y tiene mellizos de 5 años. Para ella, una buena lonchera debe ofrecer variedad. Siempre busca incluir avena, frutas y otros alimentos nutritivos, evitando que sea algo repetitivo para sus hijos. Conoce la marca y la considera una gran aliada en la preparación de las loncheras, aunque también reconoce el valor de otras marcas de la competencia.

Se sintió gratamente sorprendida al ver el empaque del producto: le pareció novedoso y, lo más importante, a sus hijos les encantó. Esa conexión le dio aún más confianza en la marca. Para ella, la prioridad es que sus hijos consuman alimentos saludables y nutritivos. Sabe que eso les brinda la energía necesaria para enfrentar sus actividades diarias y talleres escolares. Por eso, confía en marcas que evitan el uso de insumos dañinos y se enfocan en ingredientes de calidad.

Su producto ideal, especialmente pensando en sus mellizos, sería algo práctico, saludable y sabroso: una bebida o galleta que siempre garantice ingredientes sanos y nutritivos. Así, se siente tranquila de estar dándoles lo mejor.

Elizabeth Huaman, 35 años, maestra y ama de casa, tiene un niño de 6 años. Se organiza con cuidado para preparar la lonchera de su hijo, procurando que todo sea casero y saludable. Aunque recurre a productos prácticos como galletitas, prefiere evitar aquellos con rellenos muy dulces, buscando siempre variedad y equilibrio.

Conoce bien las marcas que pueden apoyarla en esta tarea, y para ella es fundamental saber qué contienen. Reconoce que hay marcas buenas, pero no siempre resultan cómodas o accesibles. Lo que más valora es que las marcas sean honestas con lo que ofrecen, especialmente ahora que hay más descuidos en los procesos de preparación.

Su mayor temor es darle algo que pueda ser perjudicial para la salud de su niño. Por eso, su producto ideal sería una bebida de chocolate que lleve el respaldo de una marca confiable, siempre conservando lo nutritivo, y que incluso pueda incorporar ingredientes o frutos que aporten más beneficios para el desarrollo de su hijo.

Valeria Flores, 25 años, estudiante y madre de familia, tiene una niña de 5 años. Se levanta temprano cada mañana para preparar la lonchera suya y la de su hija. Siempre incluye bebidas de avena, ya que considera que es una excelente forma de comenzar bien el día. Conoce y reconoce tanto la marca que utiliza como las de la competencia.

Para ella es importante saber qué contienen los productos y cómo benefician a su niña. Valora especialmente que las marcas sean leales, nutritivas y con un enfoque claro en la salud. Es muy cuidadosa con las combinaciones que prepara, ya que está pendiente del sistema digestivo de su hija.

Tiene especial confianza en una marca de galletas de avena que le encanta, y por eso las incluye con frecuencia en la lonchera. Como amante de las galletas nutritivas, desea una bebida que esté al mismo nivel: que contenga insumos saludables y que además contribuya a fortalecer las defensas de su niña, acompañándola en su crecimiento de forma deliciosa y segura.

ENLACE DE AUDIOS DE ENTREVISTAS:

<https://idat628->

my.sharepoint.com/:f/g/personal/ln71849774_idat_pe/EiysbN8On0RHmY7RGVs6NwcB-AA0MX8rlfxIYhUrg5LlnQ?e=zHPy4B

Análisis:

- Si conocen y saben la presencia de la marca de Chocolisto.
- Comparte positivamente la calidad y combinación que brinda el producto.
- Desean tener sabores diferentes del producto.
- Incluir en los ingredientes una fruta seca que contenga beneficios.
- Que es aceptable el entorno que se encuentran por que si logran obtener el producto.
- Investigan cada detalle antes de ofrecerle a sus hijos.
- Visitan sus redes sociales para poder visualizar todo lo que ofrece el producto
- Tiene una preocupación alimenticia de sus niños, por lo cual logra con chocolisto una combinación exquisita.

Conclusiones:

- Todas las entrevistadas prefieren Chocolisto por su sabor, facilidad de preparación y contenido nutritivo, destacando su uso en las loncheras de sus hijos.
- Las entrevistadas están satisfechas con Chocolisto y lo consideran su primera elección, incluso frente a otras marcas.
- Existe un deseo común de que la marca innove con nuevos sabores que mantengan la esencia del chocolate y ofrezcan beneficios adicionales.

Toma de decisiones y recomendaciones:

- Continuar reforzando el valor nutricional del producto en todas las comunicaciones de marketing.
- Desarrollar nuevas variantes de sabor que mantengan la esencia de Chocolisto, pero que también introduzcan ingredientes saludables como frutos secos.
- Fortalecer la presencia de la marca en redes sociales, aprovechando el éxito en estas plataformas para captar nuevas madres.

- Introducir al mercado una línea de productos con sabores innovadores y saludables que atraigan tanto a los niños como a sus madres.
- Desarrollar campañas de marketing que refuercen la importancia del valor nutricional y el compromiso de la marca con la salud infantil.
- Asegurar una distribución más amplia y accesible para garantizar que el producto esté disponible en las tiendas cercanas, como lo solicitan las consumidoras.

Benchmark del Mercado

Competidores Directos

Milo es una bebida achocolatada en polvo desarrollada por Nestlé en 1934. Su nombre rinde homenaje a Milón de Crotona, un atleta griego del siglo VI a.C., famoso por su fuerza legendaria.

Marca: Milo ha logrado mantener un sabor distintivo con una fuerte identidad local en cada mercado. Fue una de las primeras bebidas achocolatadas en incorporar mezclas funcionales de vitamina y minerales. Ha sido patrocinador de eventos escolares, olímpicos juveniles y torneos de fútbol, atletismo y natación.

Productos: Ofrece productos diseñados para brindar energía, nutrición y apoyo al desarrollo físico y mental, sus productos combinan ingredientes como malta, cacao, leche y vitaminas. Con su exclusiva fórmula Active-Go, aporta vitaminas del grupo B, hierro y calcio nutrientes esenciales para el crecimiento, la concentración y el rendimiento físico.

Publicidad emocional: Milo busca conectar con las aspiraciones, emociones y valores de niños, jóvenes y sus familias. A través de sus campañas inspira a superarse, a creer en el esfuerzo propio y a vivir una vida activa y saludable.

Distribución Global: Milo permite llegar a millones de consumidores en más de 50 países. La presencia internacional no solo asegura disponibilidad del producto, sino que también adapta su portafolio, comunicación y empaques según las costumbres y preferencias de cada región.

Nesquik es una marca global de cacao en polvo, propiedad de Nestlé, que compite directamente con Chocolisto en el mercado de bebidas instantáneas. Es una marca muy conocida a nivel mundial y se posiciona como una bebida energética para niños y familias.

Marca: Nesquik ha logrado un alto reconocimiento global, construyendo una base de consumidores leales, especialmente entre los niños. Su imagen está fuertemente asociada con diversión y sabor, lo que genera un vínculo emocional duradero con su público objetivo.

Productos: Además del cacao en polvo, Nesquik ofrece una amplia gama de productos, como bebidas listas para consumir, cereales, y otros derivados del cacao. Esta diversificación le permite atraer a distintos segmentos de mercado y adaptarse a las preferencias cambiantes de los consumidores.

Publicidad Emocional: Las campañas publicitarias de Nesquik se centran en apelar a las emociones, utilizando personajes icónicos y narrativas orientadas a la diversión, el bienestar

infantil y el momento familiar, lo que refuerza su conexión con su público objetivo.

Distribución Global: Con una presencia sólida en mercados internacionales, Nesquik está disponible en una amplia variedad de puntos de venta, desde supermercados hasta plataformas de comercio electrónico. Esto le permite llegar a un público diverso en diferentes regiones del mundo.

Sol de Cusco es una marca con fuertes vínculos en la tradición chocolatera del país. Reconocida por emplear cacao nacional de alta calidad, representa una propuesta local que busca rescatar y promover los sabores auténticos del Perú.

Marca: Sol de Cusco transmite una imagen de orgullo cultural, naturalidad y tradición, posicionándose como una alternativa valiosa frente a las marcas multinacionales de bebidas achocolatadas.

Productos: Brinda una variedad de productos derivados del cacao, con especial enfoque en la preparación de bebidas achocolatadas. Esa mezcla soluble para preparar chocolate caliente o frío, ideal para desayunos, se presenta en envases de lata, con versiones clásicas y oscuras.

Publicidad Emocional: Sol de Cusco apela a la emoción a través del orgullo local y los valores culturales peruanos como la tradición familiar de consumir chocolate caliente en reuniones o durante el desayuno.

Distribución Global: Se encuentran en tiendas especializadas en productos peruanos, algunos de sus productos se pueden adquirir en el extranjero a través de tiendas online especializadas en productos peruanos o exportadores independientes.

Competidores Indirectos

Cocoa Winter's es una marca emblemática en el mercado peruano, reconocida por su amplia gama de productos derivados del cacao.

Marca: Fue fundada hace más de 35 años, ha consolidado su presencia en el país ofreciendo productos de alta calidad y sabor tradicional.

Productos: Sus productos están elaborados principalmente a base de cacao en polvo, ofreciendo un sabor tradicional y versátil para preparar bebidas calientes o frías.

Publicidad Emocional: Se centra en conectar con las emociones y tradiciones de las familias peruanas. Sus campañas resaltan momentos cálidos y familiares, como compartir una taza de chocolate.

Distribución Global: Tiene una fuerte presencia en el mercado peruano, su distribución es principalmente local. Sus productos están disponibles en las principales cadenas de supermercados, tiendas de conveniencia y bodegas a nivel nacional.

ECCO es una marca de Nestlé Perú que ofrece una bebida instantánea elaborada a base de cebada 100% natural.

Marca: Esta bebida está diseñada para ser consumida por toda la familia y puede prepararse tanto caliente como fría. Ecco se posiciona como una alternativa saludable y libre de cafeína para quienes buscan una opción diferente al café tradicional.

Productos: El portafolio de Ecco incluye diversas presentaciones para adaptarse a las necesidades de los consumidores. Los productos están elaborados con cebada tostada y caramelo, ofreciendo un sabor suave y agradable. Son bajos en calorías y libres de cafeína, lo que los convierte en una opción saludable para cualquier momento del día.

Publicidad Emocional: Ecco se centra en promover momentos de unión familiar y bienestar. La marca enfatiza la versatilidad de su producto, destacando que puede ser disfrutado por personas de todas las edades y en diferentes momentos del día.

Distribución Global: Tiene una fuerte presencia en el mercado peruano, estando disponible en supermercados, tiendas de conveniencia y a través de la tienda en línea de Nestlé Perú.

Asimismo, es posible adquirir Ecco en plataformas de comercio electrónico internacionales, lo que facilita su acceso a consumidores en diversas partes del mundo.

Mapa Mental

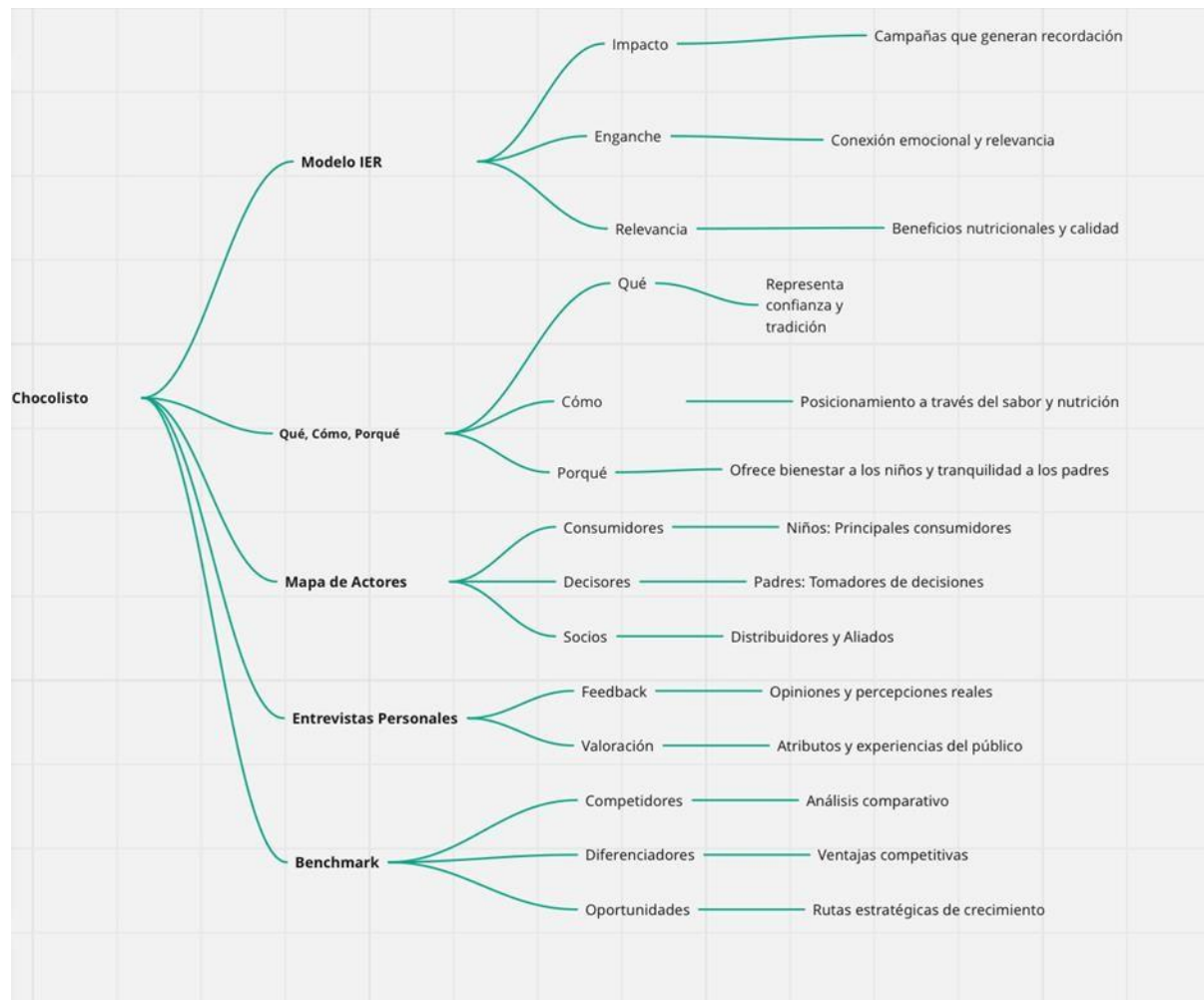
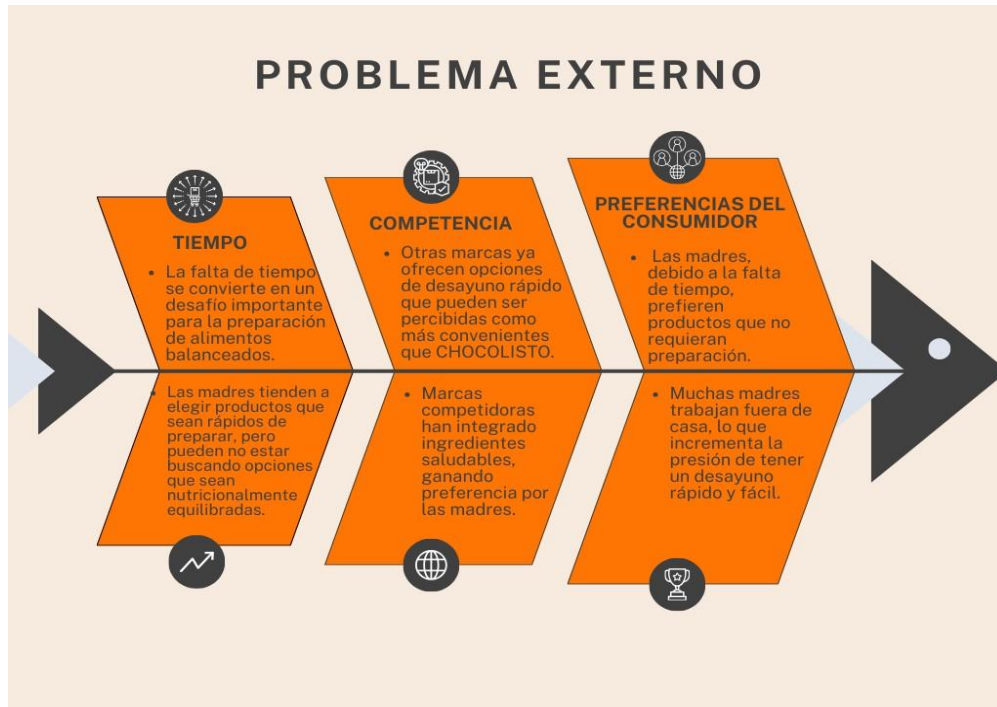


Diagrama de Ishikawa





Capítulo II: Desing Thinking: Proceso Creativo

Tecnica de Brainstorming y lluvia de Ideas

1. Realizar una serie de dibujos animados en los envases (intensamente)
2. Introducir versiones individuales de chocolisto y listos para beber ideales para llevar en el camino
3. Crear un programa de desayuno escolares patrocinado por chocolisto (ofreciendo las muestras gratis)
4. Libro de comic (historia de Jack)
5. Asociarse con influencer (mamás y nutricionistas)
6. Crear un club de fidelización (donde los clientes puedan ganar puntos de compra y canjear por descuentos)

7. Desarrollar campañas específicas como pascuas y navidad (realizar huevos de chocolisto con obsequio su muñequito)
8. Publicar un libro de recetas digitales
9. Tecnología Ar con el producto
10. Asociarse con cines con la compra de chocolisto y tengan descuentos
11. Organizar torneos deportivos escolares patrocinando Chocolisto
12. Iniciar una campaña ecológica donde realizan un producto vendido nace un árbol
13. Colaborar con ONG para llevar desayunos nutritivos a comunidades desfavorecidas
14. Relanzar envases antiguos de chocolates para generar nostalgia al público
15. Juegos Online con el muñequito de chocolisto (Al ganar van a obtener un producto con descuento)
16. Patrocinar concursos de dibujos o pinturas para niños con chocolisto
17. Crear eventos en parques o plazas donde ofrezcan degustaciones y actividades recreativas
18. Crear una plataforma en línea para que las madres compartan consejos y recetas de su día a día con chocolisto
19. Crear una línea de productos con ingredientes orgánicos y sin azúcares
20. Integrar chocolisto con recetas tradicionales peruanas
21. Crea tu “chocoheroe” un kit de tu propio envase personalizado
22. Camión de chocolisto donde se pasearon por diferentes distritos
23. Un envase especial de viaje con compartimentos para en leche polvo (chocolisto) y agua
24. Arma tu “chocoheroe” una caja de rompecabezas de chocolate sabor a (chocolisto)
25. Implementar premios instantáneos en los envases (Boletos para juego mecánicos)
26. Probar ediciones limitadas con sabores innovadores (con la opinión del público)

27. Desarrollar una línea de producto con código QR con una lista de canciones infantiles acorde edad sin interrupciones
28. Crear personajes animados de chocolates donde realicen escenas escolares para los niños
29. Campaña contra el Bullying donde incluiremos actuaciones de los superhéroes en los colegios (donde dejan buenos mensajes)
30. Introducir sus envases reciclables o biodegradables
31. Organizar desafíos en redes sociales donde la familia compita creando desayunos creativos usando chocolisto
32. “Chocoselfie” familias o madres e hijos puedan publicar sus fotos en redes sociales y comentar a base de su experiencia con el producto (el ganador obtendrá un premio)
33. Chocolisto en cápsula que sean compatibles en máquinas de café
34. Campaña de tik tok crear retos o recetas virales con chocolisto
35. Estaciones con chocolisto en ferias
36. Chef creando receta con chocolisto en eventos públicos
37. Introducir chocolisto en formato de barras
38. Bolsas de tela con el logo de chocolisto
39. Hacer una alianza con una marca de helados, para sacar helado sabor a chocolisto
40. Realizar un cereal sabor a chocolisto con una combinación de frutos secos
41. Desarrollar una línea de chocolisto sin lactosa
42. Lanzar un producto de queques con sabor a chocolisto
43. Presentar el producto de Dr. Look a sabor chocolisto
44. Difusor con aroma a chocolisto
45. Mochila y cartuchera con los colores de chocolisto

- 46. Barras energéticas post - entrenamientos
- 47. Galletas de chocolisto
- 48. Crema unttable para pan o galletas
- 49. Fudge sabor a chocolisto
- 50. Mandiles de chocolisto para amas de casa

Técnica Cardsorting

Técnica Cardsorting- Chocolisto

Campañas y promociones

Desarrollar campañas específicas como "Pascua y Navidad (realizar huevos de Chocolisto con abstracción multicolor)	Organizar desafíos en redes sociales donde la familia compita creando desayunos creativos usando Chocolisto	Probar ediciones limitadas con sabores innovadores (con la opinión del público)	Campaña contra el bullying donde indiquemos situaciones de los superhéroes en los colegios (donde muestran esa competencia al querer ganar pero a final puede
Campaña de TikTok: crear retos o recetas virales con Chocolisto	"Chocoseñal": familias o madres e hijos puedan publicar sus fotos en redes sociales y comentar basándose en su experiencia con el producto (el ganador obtiene un premio)	Crear una plataforma en línea para que las madres compartan consejos y recetas de su día a día con Chocolisto	Inicio una campaña ecológica donde por cada producto vendido se plante un árbol

Productos nuevos y formatos

Introducir versiones individuales de Chocolisto y listas para beber (leches para llevar en el camino)	Un envase especial de vidrio con compartimentos para leche en polvo (Chocolisto y agua)	Introducir Chocolisto en formato de barras	Realizar un cereal sabor a Chocolisto con una combinación de frutos secos
Chocolisto en capsula que sean compatibles en máquinas de café	Presentar el producto de Dr. Look a sabor chocolisto	Lanzar un producto de quesos con sabor a Chocolisto	Galletas de Chocolisto
Fudge sabor a Chocolisto	Barras energéticas post-entrenamiento	Crema unttable para pan o galletas	Desarrollar una línea de Chocolisto sin lactosa

Entretenimiento y Merchandising

Tecnología AR con el productor, para acceder a descuentos y sorteos	Juegos online con el Chocolisto (Al jugar obtienen un producto con descuentos)	Desarrollar una línea de producto con códigos QR con una lista de canciones infantiles acorde a la edad sin interrupciones	Crear personajes animados de Chocolisto donde realicen encuestas escolares para los niños
Publicar un libro de recetas digitales	Publicar un libro de cómics (historia de Jack)	Crear una línea de productos con ingredientes orgánicos y sin azúcares	Integrar Chocolisto con recetas tradicionales peruanas
Difusor con aroma a Chocolisto	Mochila y cartuchera con los colores de chocolisto	Mandiles de chocolisto para amas de casa	

Programas y actividades

Crear un programa de desayunos escolares patrocinado por Chocolisto (ofreciendo muestras gratis)	Organizar torneos deportivos escolares patrocinando Chocolisto	Chef creando recetas con Chocolisto en eventos públicos	Camión de Chocolisto donde se paseen por diferentes distritos
Patrocinar concursos de dibujos o pinturas para niños con Chocolisto	Crear eventos en parques o plazas donde ofrezcan degustaciones y actividades recreativas	Estaciones con Chocolisto en ferias	

Asosaciones y colaboraciones

Colaborar con cines con la compra de Chocolisto y descuentos	Asociarse con influencers (mamá y nutricionistas)	Hacer una alianza con una marca de bebidas, para sacar bebida sabor a Chocolisto
--	---	--

Envases y presentación

Arma tu "chocoheroe" una caja de siemprechees de chocolate sabor a Chocolisto	Implementar premios instantáneos en los envases (Boleto para juegos mecánicos)	Introducir envases reciclables o biodegradables	Realizar una serie de dibujos animados en los envases (integramente)
Realizar emisiones en vivo de chocolisto para generar nostalgia al público	Crear tu "chocoheroe" un kit de tu propio envase personalizado		

Técnica Ideación basada en superhéroes

1. Introducir versiones individuales de Chocolisto y listos para beber.

1. **Superman:** Se aportarán ilustraciones en los envases, destacando la capacidad del producto para proporcionar un impulso energético y vital en momentos de necesidad.

2. **Batman:** Se incrementará un diseño tecnológico y funciones prácticas, como tapas reutilizables, facilitando el consumo en cualquier momento y lugar.

3. **Mujer Maravilla:** El envase contará con mensajes motivadores y nutricionales para fomentar la autoconfianza y una dieta equilibrada, siendo esta una opción nutritiva que promueve el bienestar físico y mental.

4. **Aquaman:** Se utilizarán envases ecológicos y biodegradables, ofreciendo una bebida saludable y refrescante. Ideal para mantenerse hidratado y energizado de manera natural.

5. **Hombre Araña:** Agregar tapas fáciles de abrir para consumir rápidamente, ofreciendo una solución fácil y conveniente para obtener un impulso energético instantáneo para recargar energías sobre marcha.

IDEA MEJORADA: Este producto contará con envases ecológicos y biodegradables, equipados con tecnología avanzada como tapas reutilizables, ofrecen conveniencia en el consumo. Decorados con ilustraciones vibrantes, promueven un impulso energético vital y mensajes nutritivos que fomentan la autoconfianza y una dieta equilibrada. Esta opción nutricional no solo apoya el bienestar físico y mental, sino que también proporciona una solución rápida y natural para mantenerse hidratado y energizado en todo momento.

2. Presentar el producto de Dr. Look (al girar los pies, sale chocolate por su cabello)

1. **Superman:** Se adaptará el producto de una manera muy rápida en usarlo, el líquido del chocolate será acompañado con proteínas, la imagen será un diseño distintivo donde brindaremos el significado del producto.

2. **Batman:** Integrar una tecnología avanzada, donde tendrá un botón automático en sus pies para así sacar el chocolate ingeniosamente y sea efectivo.

3. **Mujer Maravilla:** Un envase resistente, al momento que pueda tener una caída sea algo indestructibles, el sabor del chocolate que pueda combinar insumos de frutas para ofrecer una combinación deliciosa y saludable.

4. **Aquaman:** Nuestra idea del producto es que tenga un envase reciclable, donde los pequeños de la casa puedan reusar, así evitar las contaminaciones y mostrar la gran resistencia.

5. **Hombre Araña:** Inspirar a cada niño acciones buenas donde encontramos a la espalda del producto, donde pueden compartir con cada amigo la variedad de acciones y poder realizarlo.

IDEA MEJORADA: Este producto tendrá un diseño atractivo y colorido que, al girar sus pies, expulsa deliciosos chorros de chocolate con proteínas por su cabello. Y así inspirar a cada niño con acciones buenas donde encontraremos a la espalda del producto, para que muestre y realice la acción de un buen ser humano con la sociedad.

3. Fudge sabor a Chocolista

1. **Superman:** Se incluirá un sistema de apertura rápida que permite disfrutar del fudge de manera inmediata, ofreciendo una solución deliciosa y energizante.
2. **Batman:** Incorporará tecnología de punta en los envases, como códigos QR que se puede escanear para acceder a contenido exclusivo, incluyendo videos, historias y retos que promuevan la fortaleza mental y física.
3. **Mujer Maravilla:** Se ofrecerá una experiencia sensorial desde el momento de abrir el envase, con un aroma intenso a chocolate que evocará la fortaleza y la energía, también incluirá mensajes motivacionales y citas inspiradoras en el interior del empaque para empoderar.
4. **Aquaman:** Se van a diseñar envases ecológicos y sostenibles inspirados esto quiere decir que los envases deben ser biodegradables o reciclables, promoviendo el respeto y cuidado del medio ambiente.
5. **Hombre Araña:** Incluirá una tarjeta coleccionable con consejos sobre fuerza y resiliencia en cada paquete.

IDEA MEJORADA: Se va a introducir un formato novedoso, una nueva línea de fudge con un enfoque en innovación, sostenibilidad y bienestar. Cada envase ofrece un fudge energizante y una experiencia única con códigos QR para contenido exclusivo. Los envases son ecológicos y biodegradables, con aroma a chocolate y mensajes motivacionales. Incluye tarjetas coleccionables con consejos sobre fuerza y resiliencia, promoviendo un estilo de vida saludable y sostenible.

4. Publicar un libro de cómics de Jack

1. **Superman:** Incorporará elementos interactivos como realidad aumentada para mostrar los poderes en acción, permitiendo a los lectores explorar su fuerza y velocidad.
2. **Batman:** Incluirá elementos como pistas ocultas, códigos secretos y paneles interactivos que permitan sentirse como detectives, desentrañando los misterios que acechan.
3. **Mujer Maravilla:** Ofrecerá ediciones limitadas del libro de cómics que incluirá arte conceptual exclusivo, bocetos originales de escenas cruciales y comentarios del creador. Estas ediciones podrían tener cubiertas holográficas o diseños especiales.

4. **Aquaman:** Se crearán ediciones especiales y coleccionables del libro de cómics, incluyendo portadas alternativas y contenido adicional como pósters desplegados y tarjetas coleccionables.

5. **Hombre Araña:** Incluirá elementos como códigos QR que lleven a contenido exclusivo, como videos detrás de escena, entrevistas con los creadores y desafíos interactivos que permitan sentirse parte del universo.

IDEA MEJORADA: El lanzamiento del libro ofrecerá una experiencia interactiva única, utilizando realidad aumentada para mostrar los poderes de los personajes y permitir a los lectores explorar su fuerza y velocidad. Incluirá pistas ocultas, códigos secretos y paneles interactivos para que los lectores se sientan como detectives al resolver misterios, además de cubiertas holográficas y diseños especiales. Las ediciones especiales y coleccionables ofrecerán contenido adicional como pósters y tarjetas, junto con códigos QR para acceder a videos exclusivos y desafíos interactivos, sumergiendo a los lectores en el universo único de Jack.

5. Organizar torneos deportivos escolares

1. **Superman:** Crearemos competiciones que no solo pongan a prueba las habilidades físicas, sino también las mentales. Incluirá desafíos de estrategia, resolución de problemas y trabajo en equipo que reflejen la astucia y la determinación.

2. **Batman:** Establecerá premios y reconocimientos que inspiren a esforzarse por la excelencia, reconociendo tanto el esfuerzo individual como el trabajo en equipo.

3. **Mujer Maravilla:** Implementará medidas de seguridad que reflejen la vigilancia y la preparación para cualquier situación, utilizando tecnología avanzada para supervisar y garantizar la integridad de los eventos.

4. **Aquaman:** Se organizarán competencias acuáticas que resalten las habilidades acuáticas y la conexión con el agua, reflejando las habilidades únicas. Incluirá natación, buceo y pruebas de resistencia en agua.

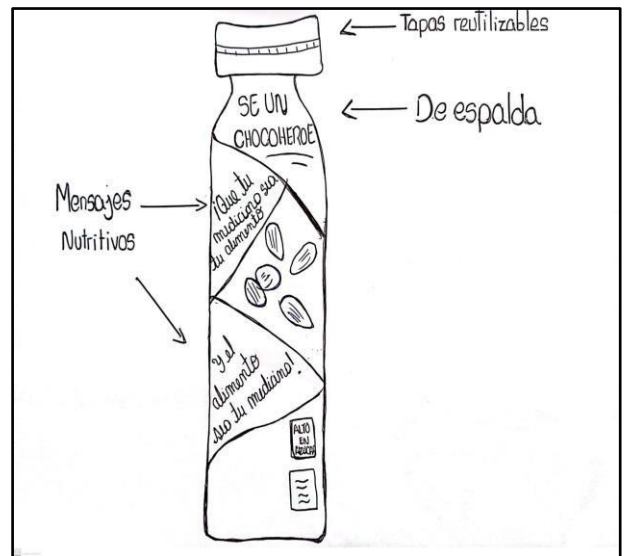
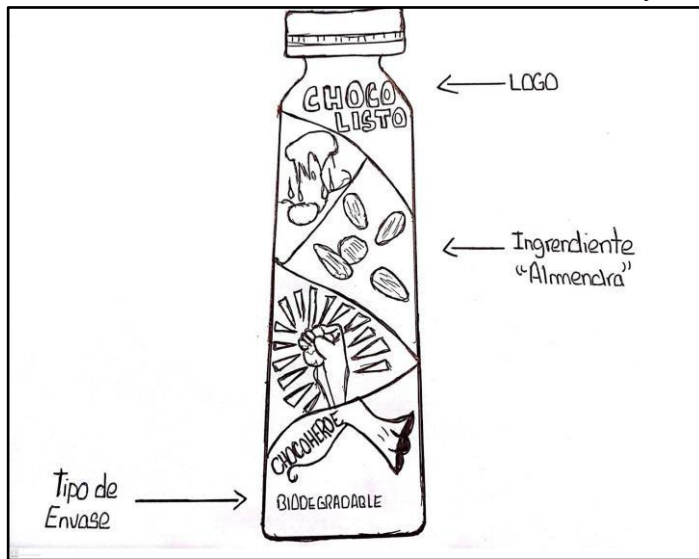
5. **Hombre Araña:** Incluirá carreras de obstáculos, competencias de salto y pruebas de habilidades atléticas que reflejen las habilidades acrobáticas.

IDEA MEJORADA: Organizaremos competencias escolares que desafían tanto las habilidades físicas como mentales, con desafíos estratégicos, trabajo en equipo y pruebas de astucia, también reconoceremos el esfuerzo individual y colectivo con premios que motivan a alcanzar la excelencia, donde destacaremos habilidades acuáticas con pruebas de natación, buceo y resistencia, junto con competencias atléticas que reflejen destrezas acrobáticas y físicas

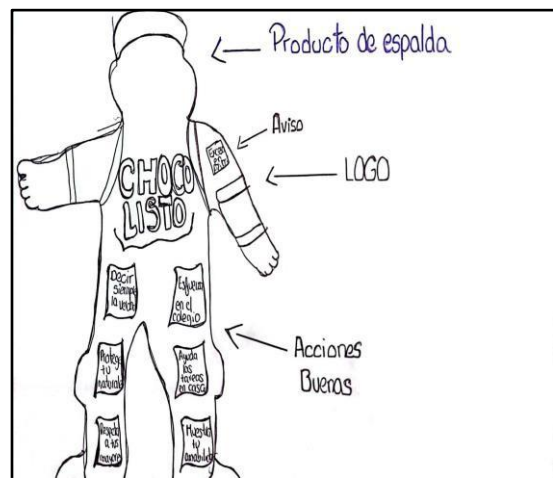
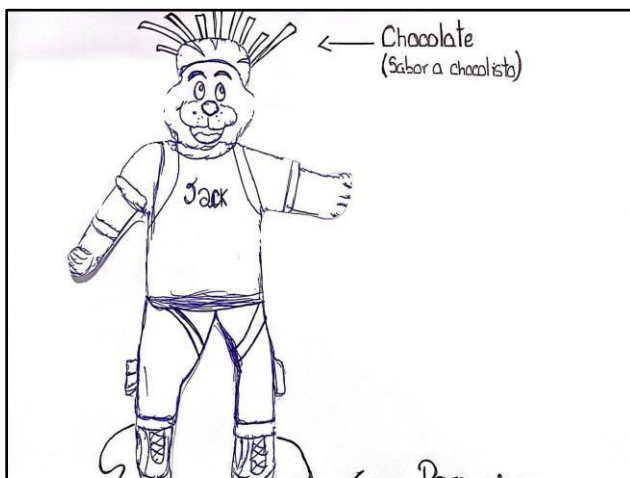
excepcionales e implementaremos medidas de seguridad avanzadas y tecnología de vanguardia para garantizar la integridad de los eventos.

Desarrollo de Prototipos

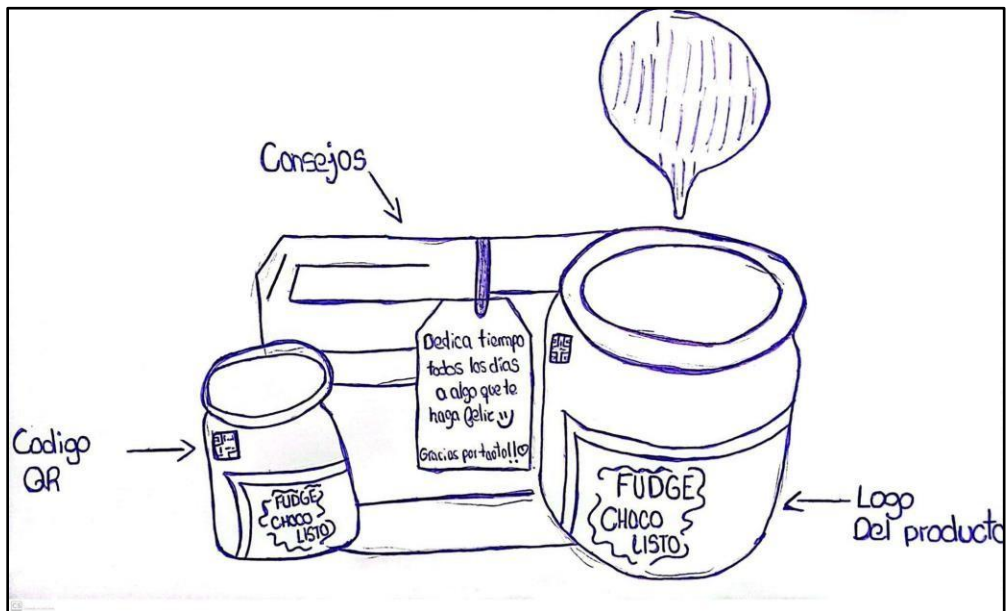
1. Introducir versiones individuales de Chocolisto y listos para beber



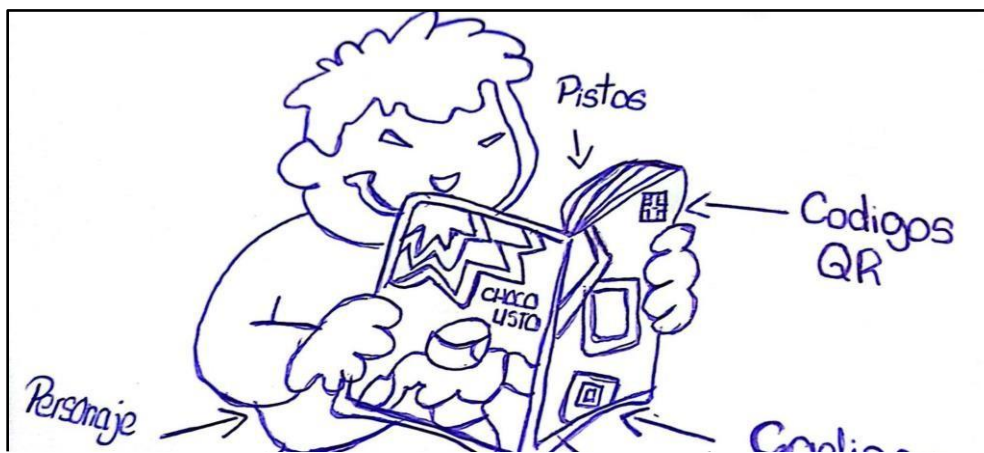
2. Presentar el producto de Dr. Look (al girar los pies, sale chocolate por su cabello)



3. Fudge sabor a Chocolista



4. Publicar un libro de cómics de Jack



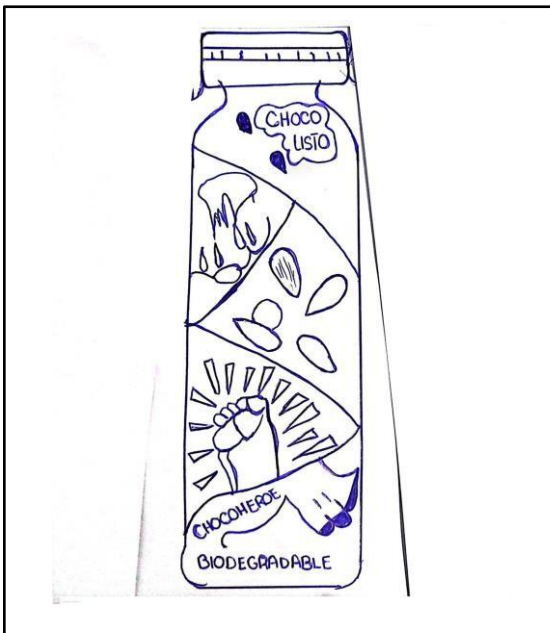
5. Organizar torneos deportivos escolares



Storyboard y Guion Gráfico

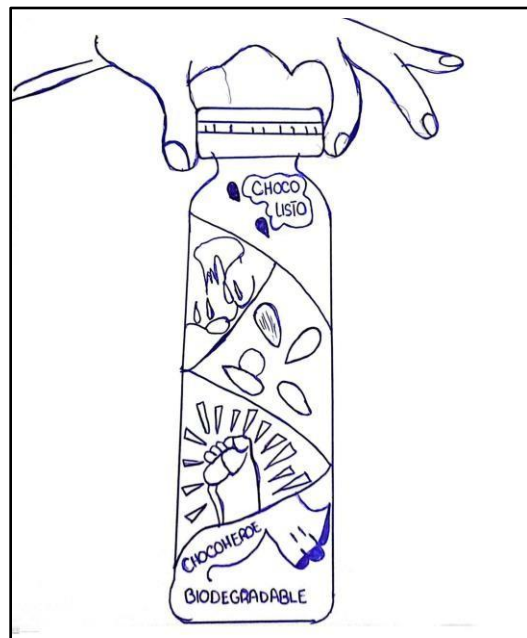
Idea Creativa 1:

1. Presentación del producto



Texto: Un envase ecológicos y biodegradable decorados con ilustraciones vibrantes, promueven un impulso energético vital

2. Abriendo el envase



Texto: Tapas reutilizables, donde podrás reciclar o diseñarlo a tu manera y es muy fácil de abrirlo

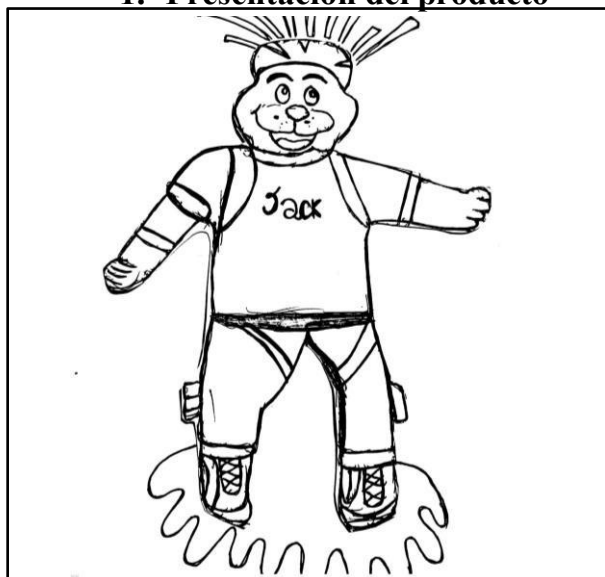
3. Degustación del producto



Texto: Una opción nutricional, donde te apoyara tu bienestar físico y mental que proporciona una solución rápida para mantenerte hidratado y saludable.

Idea Creativa 2:

1. Presentación del producto



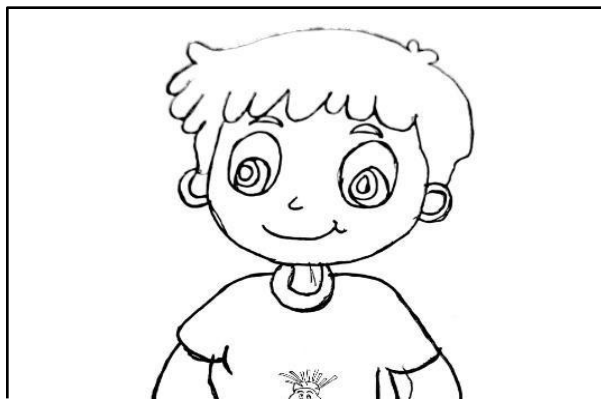
Texto: Dr.Look un producto con diseño atractivo y colorido con nuestro personaje de Chocolista el divertido y explorador Jack.

2. Uso del producto



Texto: Al girar sus pies, expulsa deliciosos chorros de chocolates con proteínas por su cabello y de esa manera lo probaremos.

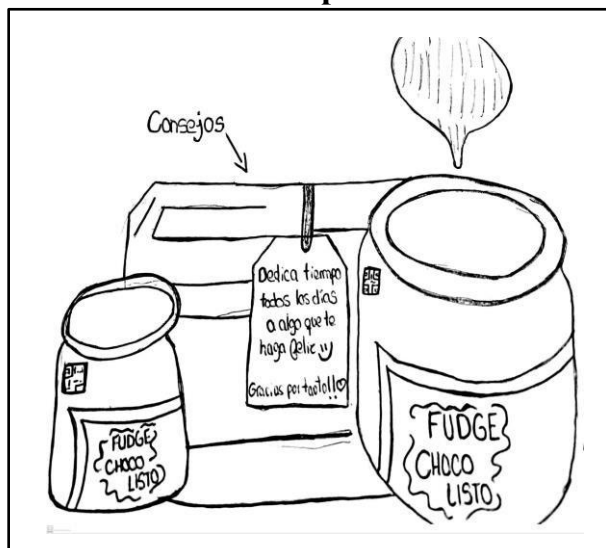
3. Muestra con el público



Texto: Cuando llegue a las manos de cada niño queremos inspirar a las buenas acciones donde se encontrará a la espalda del producto y que sean un buen amigo para la sociedad.

Idea Creativa 3:

1. Muestra del producto



Texto: El envase de fudge con diseño ecológico y biodegradable, destacando el aroma a chocolate y el logo de la marca.

2. Interactuar con el producto



Texto: Persona escanea el código QR recetas energéticas y consejos de bienestar.

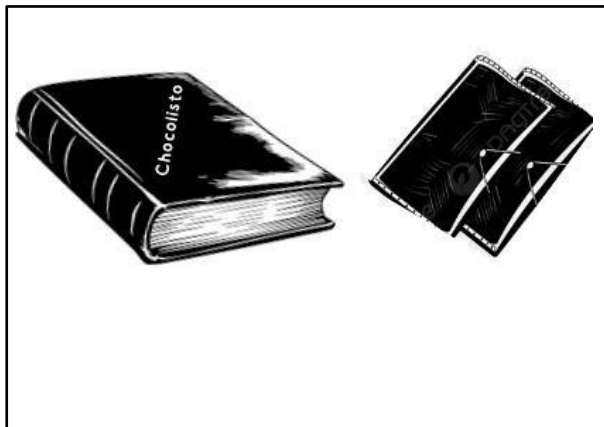
3. Degustación del producto



Texto: Persona disfrutando del fudge y leyendo una tarjeta coleccionable.

Idea Creativa 4:

1. Muestra del libro



Texto: La portada holográfica brilla al cambiar de color al moverlo.

3. Creatividad del libro

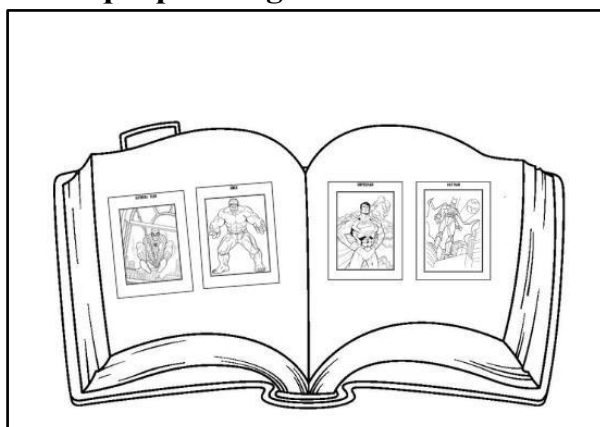


2. Interacción con el libro



Texto: El lector tiene su teléfono móvil sobre la página y muestra el superhéroe.

4. Lo que puedes ganar

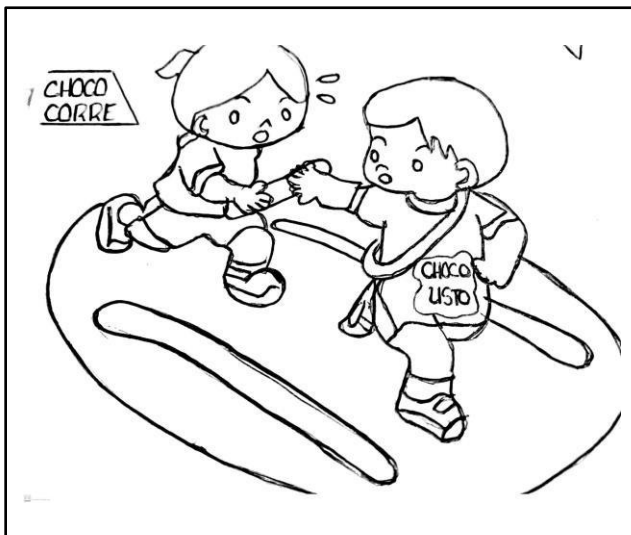


Texto: Primer plano de una página del libro con pistas ocultas, un niño usando una lupa para examinarlas

Texto: Ediciones especiales del libro con posters y tarjetas coleccionables.

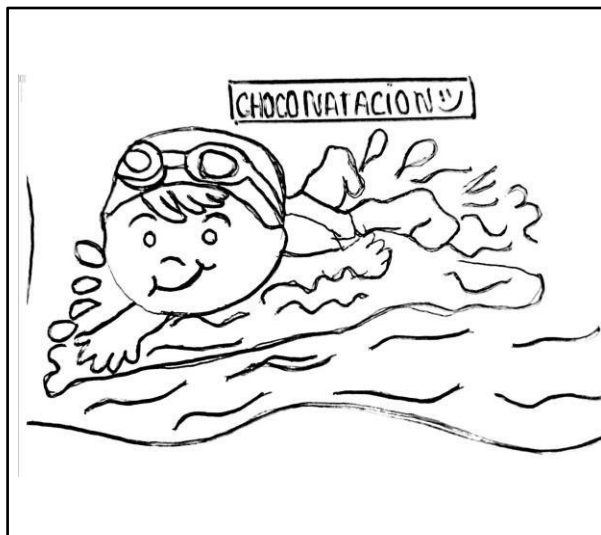
Idea Creativa 5:

1. Inicio de la competencia



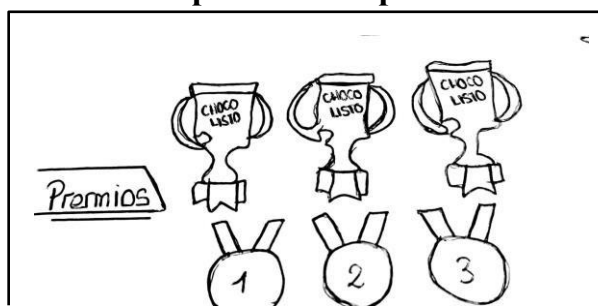
Texto: Un grupo de estudiantes emocionados preparados con sus uniformes deportivos.

2. Actividad sorprendente



Texto: El inicio de la competencia de natación.

3. Premios para los competidores



Texto: La mesa de premios, con trofeos y medallas brillantes.

PMV (Producto Mínimo Viable)

Introducir versiones individuales de Chocolisto y listos para beber:

Elementos Esenciales (No se pueden quitar):

1. **Envase Individual:** Botellas individuales que faciliten el consumo inmediato.
2. **Tapa Reutilizable:** Para permitir que el producto se pueda cerrar y guardar si no se consume todo de una vez.

Elementos que pueden quitarse (Sin afectar el producto):

1. **Ilustraciones Vibrantes:** Diseños artísticos adicionales en el envase que no afectan la funcionalidad del producto.
2. **Mensajes Nutritivos y Motivadores:** Frases y mensajes adicionales que no son cruciales para el consumo del producto.

Presentar el producto de Dr. Look (al girar los pies, sale chocolate por su cabello):

Elementos Esenciales (No se pueden quitar)

1. **Mecanismo Giratorio en los Pies:** Es fundamental para la interacción principal del producto.
2. **Salida de Chocolate por el cabello:** Este es el atractivo único del producto y la característica clave.

Elementos que pueden quitarse (Sin afectar el producto):

1. **Envases de Diferentes Tamaños:** Un único tamaño estándar es suficiente para el PMV.
2. **Decoraciones Adicionales:** Pegatinas, detalles estéticos no esenciales.

Fudge sabor a Chocolista

Elementos Esenciales (No se pueden quitar)

1. **Producto base:** El fudge debe tener una textura suave y un sabor delicioso, consistente con los estándares de Chocolista
2. **Envase seguro:** Debe proteger el fudge para evitar derrame y tenga una mejor experiencia el consumidor

Elementos que pueden quitarse (Sin afectar el producto):

1. **Envases ecológicos y biodegradables:** Aunque valiosos, pueden ser implementados en fases posteriores.
2. **Aroma a chocolate en el envase:** Un detalle adicional que puede ser introducido más adelante.

Publicar un libro de cómics de Jack

Elementos Esenciales (No se pueden quitar):

1. **Arte y Estilos Gráfico:** Ilustraciones de alta calidad que capturan la esencia de los personajes y la narrativa del cómic.
2. **Formato de Cómic:** Mantener el formato tradicional de cómic con viñetas, globos de diálogo y paneles que guíen la narrativa.

Elementos que pueden quitarse (Sin afectar el producto):

1. **Extras y Bonus:** Ediciones especiales, contenido adicional, o materiales promocionales sofisticados.
2. **Extensión y Número de Páginas:** Reducir el número de páginas para simplificar la historia y reducir costos de producción inicial.

Organizar torneos deportivos escolares

Elementos Esenciales (No se pueden quitar):

1. **Selección de Deportes:** Escoger deportes que sean populares y adecuados para los estudiantes participantes.
2. **Formato de Competición:** Definir un formato de torneo claro y organizado, que incluya rondas preliminares, eliminatorias y una final.

Elementos que pueden quitarse (Sin afectar el producto):

1. **Seguridad y Supervisión:** Medidas de seguridad, incluyendo personal capacitado para supervisar las competencias.
2. **Premios y Reconocimientos:** Ofrecer premios simbólicos o trofeos para los equipos ganadores o reconocimientos individuales.

Encuestas Cuantitativas

Problema:

En la ajetreada vida diaria de las madres, la falta de tiempo y la carencia de opciones saludables para el desayuno son desafíos constantes.

Objetivo:

Comunicar el nuevo lanzamiento de Chocolisto como una opción saludable y rápida para el desayuno, posicionándolo como la mejor elección para las madres preocupadas por la nutrición de sus hijos.

FECHA	01 de julio
TIPO DE INVESTIGACIÓN	Explorativa

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	Investigación cuantitativa
PÚBLICO OBJETIVO	Mujeres, madres de familia de 25 a 35 años de NSE B y C de Lima, con una personalidad de empatía y amabilidad
NÚMERO DE ENCUESTADOS	40 encuestados

Calentamiento:

¡Hola! Estamos estudiando nuevos productos e ideas que queremos lanzar próximamente y para eso necesitamos de tu opinión que es muy importante para nosotros:

- Nombre
- Edad
- Género
- Distrito

- **¿Cuál de estas 5 ideas consideras más atractiva?**
- Introducir versiones individuales de Chocolisto y listos para beber
- Presentar el producto de Dr. Look (al girar los pies, sale chocolate por su cabello)
- Fudge sabor a Chocolisto
- Publicar un libro de cómics de Jack

- Organizar torneos deportivos escolares

1. ¿Qué características valoras más en una bebida de chocolate individual?

- Sabor
- Precio
- Valor nutricional

2. ¿Qué tan atractivo te parece el producto de Dr. Look (Al girar los pies, sale chocolate por su cabello)

- Muy atractivo
- Atractivo
- Poco atractivo
- Nada atractivo

3. ¿Qué es lo importante para ti en un fudge de chocolate?

- Sabor
- Textura
- Precio
- Tamaño de la porción

4. ¿Qué tan importante es para ti que un libro de cómic incluya características interactivas (realidad aumentada, códigos QR para contenido adicional)

- Muy importante

- Importante
- Poco importante
- Nada importante

5. ¿Qué tipo de deportes te gustaría que se incluyan en los torneos escolares?

- Fútbol
- Baloncesto
- Atletismo
- Natación
- Vóleibol

6. ¿Te gustaría compartir alguna sugerencia o comentarios adicional sobre estas ideas?

Cierre:

¡Gracias por tomarte el tiempo de completar nuestra encuesta!

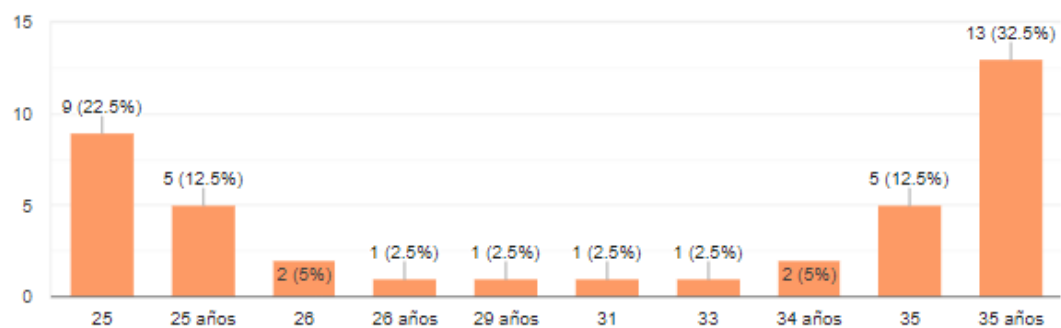
Tu opinión es muy valiosa para nosotros y nos ayudará a mejorar las ideas que queremos lanzar. Tu retroalimentación nos ayudará a innovar y satisfacer mejor tus necesidades.

Resultados de nuestros encuestados

Edad

[Copiar](#)

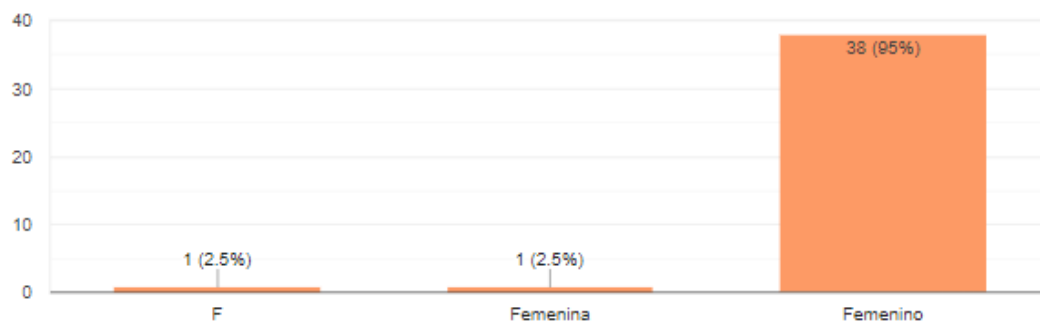
40 respuestas



Género

[Copiar](#)

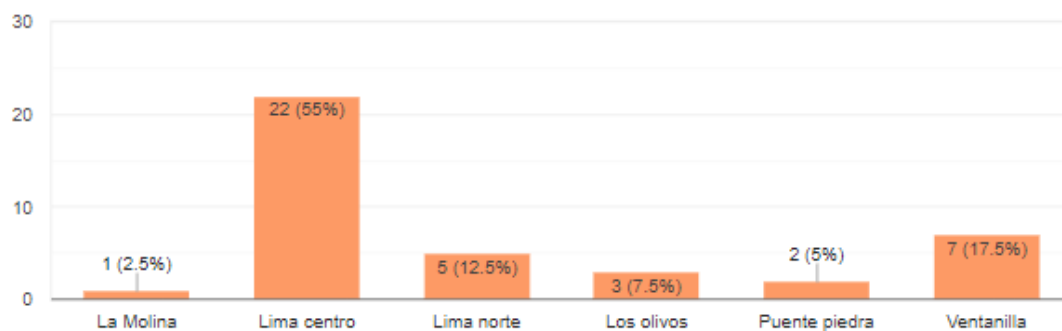
40 respuestas



Distrito

40 respuestas

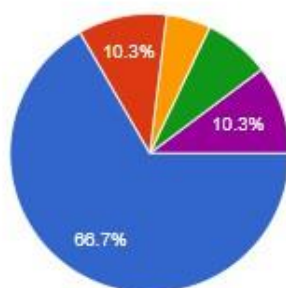
 Copiar



¿Cuál de estas 5 ideas consideras más atractiva?

39 respuestas

 Copiar

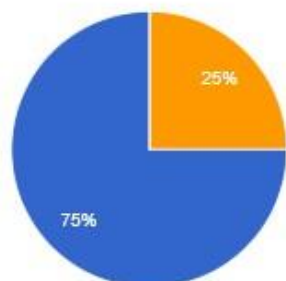


- Introducir versiones individuales de Chocolisto y listos para beber
- Presentar el producto de Dr. Look (al girar los pies, sale chocolate por su cabello)
- Fudge sabor a Chocolisto
- Publicar un libro de cómics de Jack
- Organizar torneos deportivos escolares

¿Qué características valoras más en una bebida de chocolate individual?

40 respuestas

 Copiar

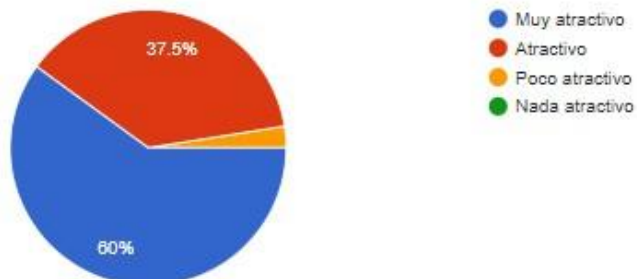


- Sabor
- Precio
- Nutricional

¿Qué tan atractivo te parece el producto de Dr. Look (Al girar los pies, sale chocolate por su cabello)

 Copiar

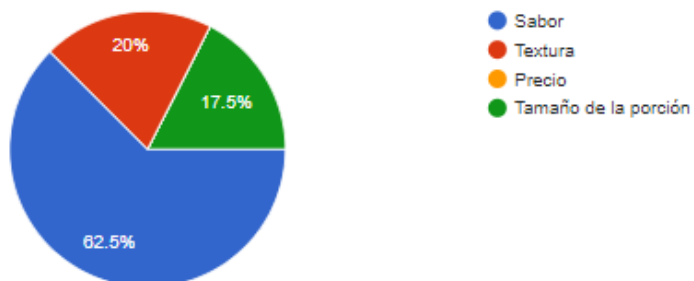
40 respuestas



¿Qué es lo importante para ti en un fudge de chocolate?

 Copiar

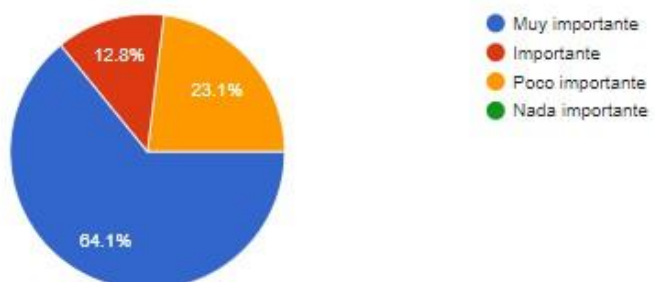
40 respuestas

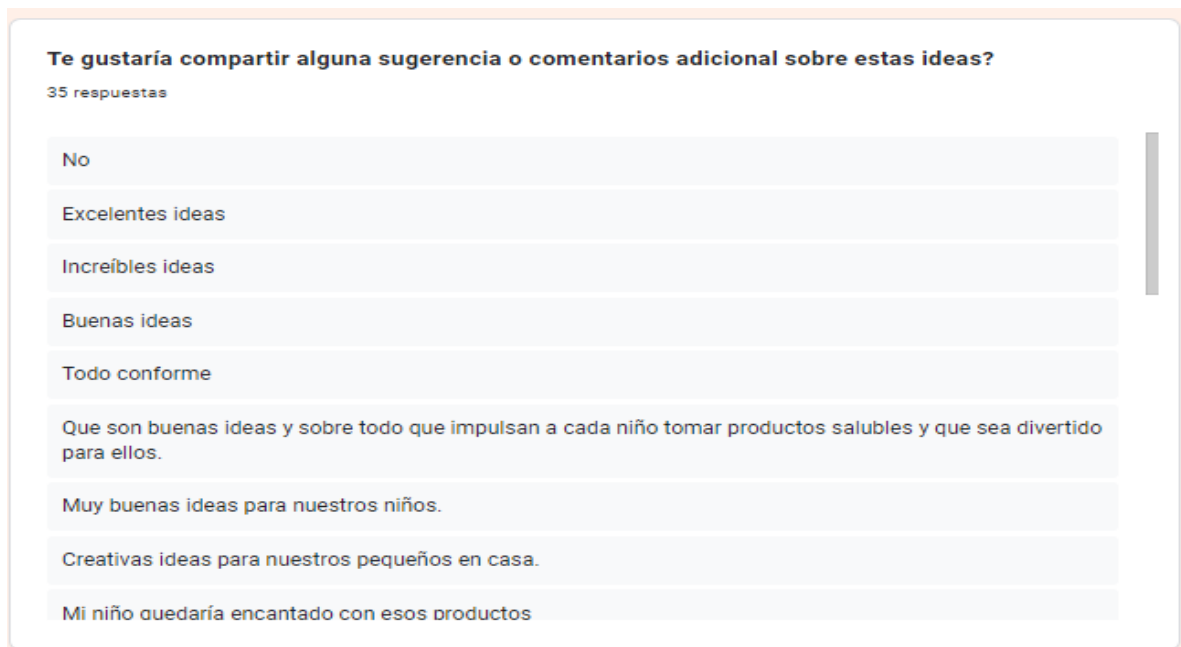
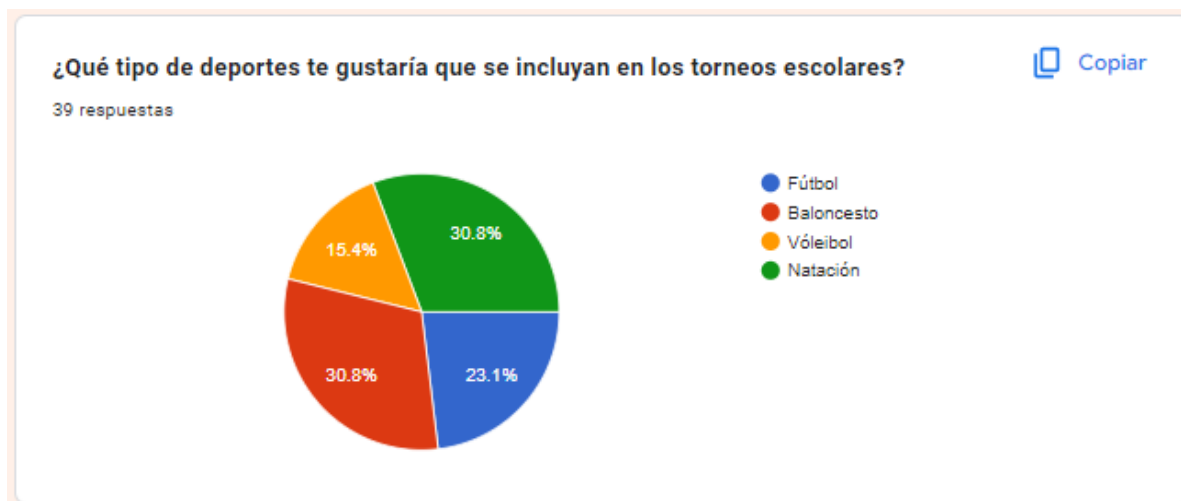


¿Qué tan importante es para ti que un libro de cómic incluya características interactivas (realidad aumentada, códigos QR para contenido adicional)

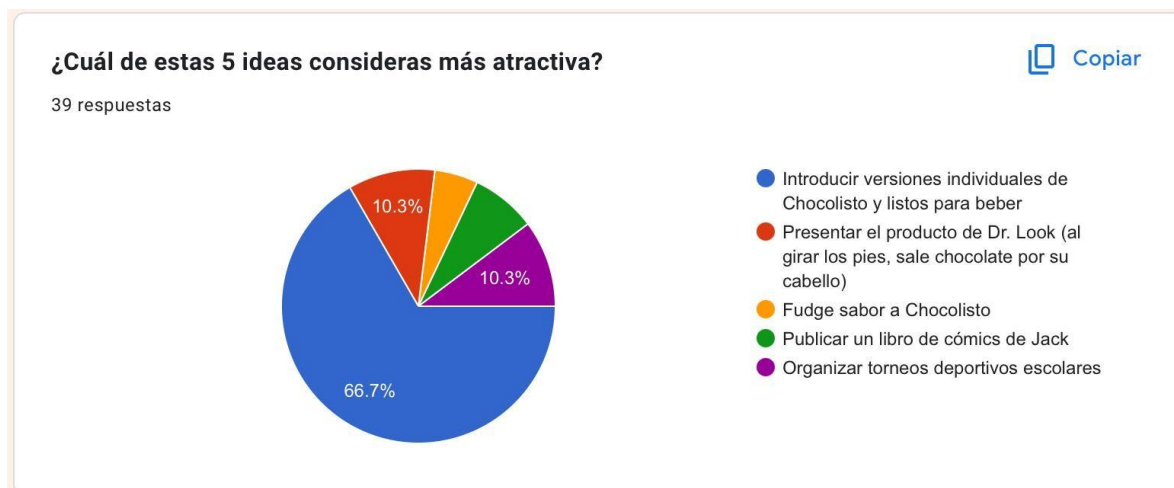
 Copiar

39 respuestas

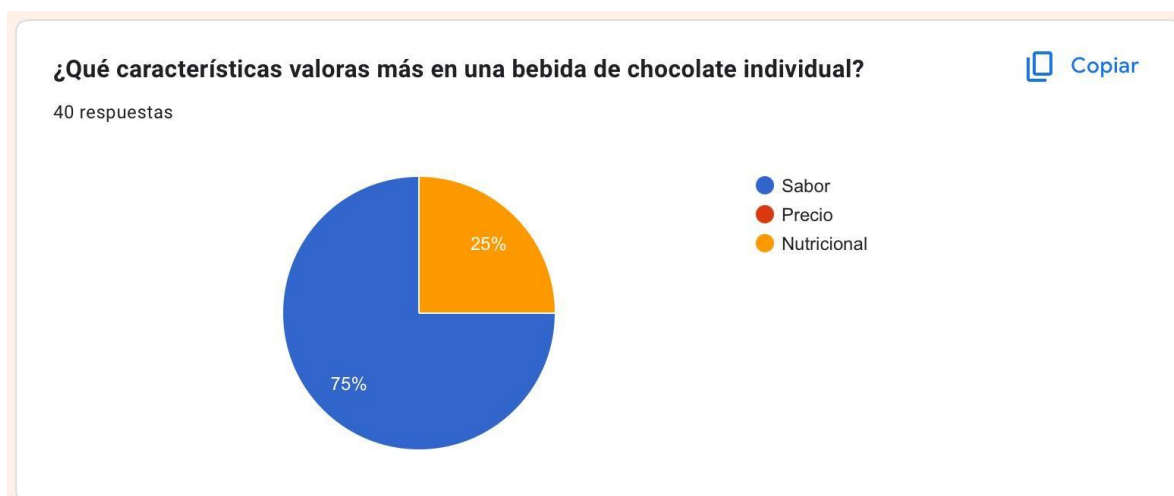




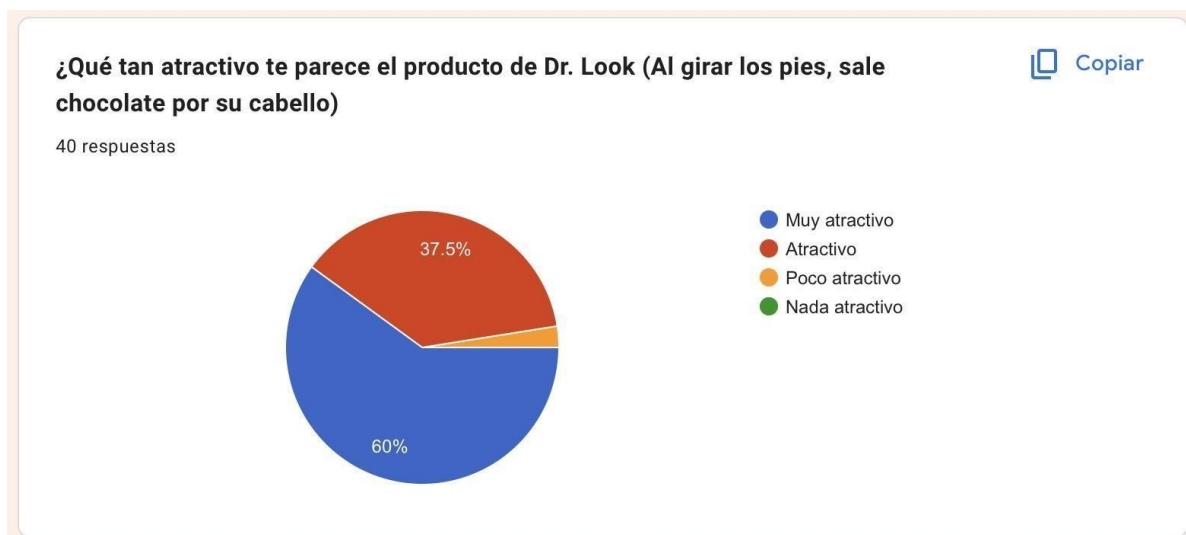
Análisis de Información



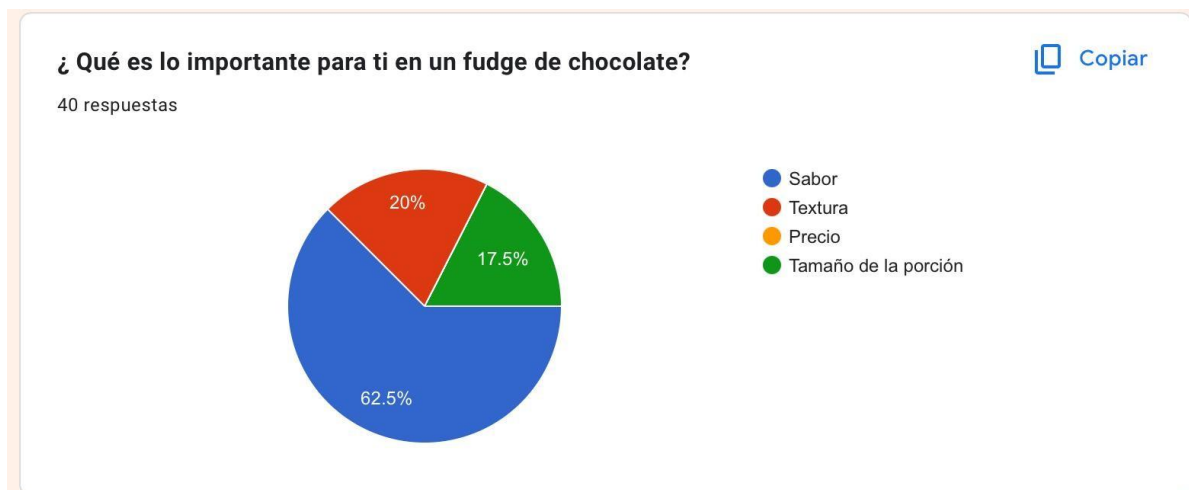
Interpretación: La encuesta revela que el 66.7% de los encuestados prefiere "Introducir versiones individuales de Chocolisto y listos para beber", destacando la conveniencia y facilidad de uso. Esto sugiere que los consumidores valoran productos prácticos y portátiles. Aunque las innovaciones y actividades adicionales son atractivas para un segmento más pequeño, deberían considerarse como complementos secundarios para diversificar la oferta sin desviar el enfoque principal en la conveniencia.



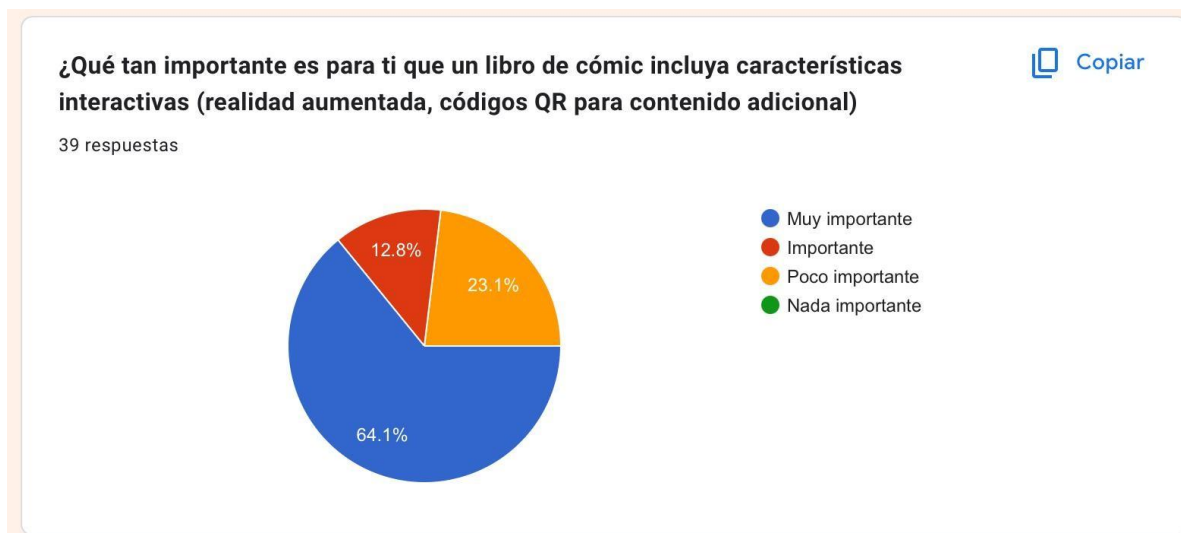
Interpretación: La encuesta revela que el 75% de las madres de familia valora más el sabor en una bebida de chocolate individual. Esto indica que la mayoría prioriza la experiencia sensorial y el disfrute del producto. Por lo tanto, es crucial desarrollar una fórmula que sea agradable y satisfactoria para el paladar del consumidor.



Interpretación: La mayoría de los encuestados encuentra el producto de Dr. Look, que al girar los pies hace que salga chocolate por el cabello, muy atractivo o atractivo. Esto se debe a que el concepto es innovador, divertido y visualmente llamativo. La baja proporción de respuestas negativas indica un buen potencial de aceptación en el mercado, ya que la combinación de sorpresa (chocolate saliendo del cabello) y una acción simple (girar los pies) resuena bien con los usuarios.

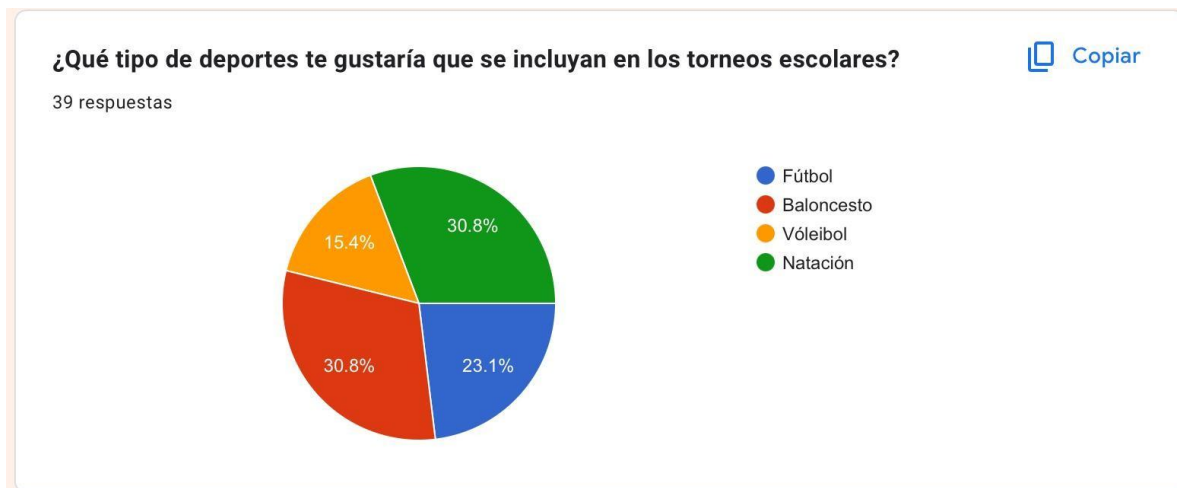


Interpretación: Los encuestados optaron el sabor como el factor determinante al elegir un fudge. La textura también juega un papel importante, por lo que un producto con una buena combinación de sabor y textura probablemente será bien recibido. El tamaño de la porción tiene cierta importancia, pero el precio parece ser el factor menos relevante, siempre y cuando el producto cumpla con las expectativas de sabor y calidad.



Interpretación: La mayoría de los lectores de cómics cree que las características interactivas como la realidad aumentada o los códigos QR son muy importantes. Esto se debe a que mejoran

la experiencia de lectura, haciéndola más inmersiva y moderna. Además, nadie piensa que sean irrelevantes, lo que muestra una aceptación general de la tecnología en los cómics.



Interpretación: Tanto el fútbol como la natación tienen un 30.8% de las preferencias, es probable que sean vistos como deportes accesibles y atractivos, quizás por la infraestructura disponible o el entusiasmo general por estas actividades.

Te gustaría compartir alguna sugerencia o comentarios adicional sobre estas ideas?

35 respuestas

Son buenas ideas para mis niños

Buenas ideas para mis niños

Me gustan las ideas

Todo conforme

Muy bonito todo 😊

Son buenas propuestas

Me gustan las ideas un buen trabajo

Me encantan las ideas son buenos para el desarrollo de aprendizaje y nuevas oportunidades para nuestros niños

Creativas ideas para nuestros pequeños en casa.

Interpretación: Con los fundamentos de las respuestas de la última pregunta, muestran un interés positivo con vistas atractivas e innovadoras acerca de los productos, se destaca el aporte que ayudará a los niños en casa para un impulso creativo y nutritivo.

Evaluación de Experiencias

- 1. Opción de alta preferencia:** Los prototipos que recibieron más aprobación fueron las versiones individuales de Chocolisto listos para beber y el producto de Dr. Look (al girar los pies, sale chocolate por su cabello), esto domina claramente la preferencia del público, indicando una fuerte demanda por productos convenientes, innovadores y fáciles de consumir.

- 2. Valor de compra:** Los encuestados están dispuestos a pagar más por una bebida de chocolate de alta calidad con un buen sabor que sea agradable y satisfactorio para su paladar.

- 3. Interés y percepción del producto:** La mayoría de los encuestados consideran que el producto de Dr. Look, que libera chocolate por el cabello al girar los pies, es altamente atractivo. Este entusiasmo se atribuye a la originalidad del concepto y la escasa cantidad de respuestas negativas sugiere un prometedor nivel de aceptación en el mercado.

- 4. Altas expectativas:** La innovación no solo captó la atención de los encuestados, sino que también generó interés y deseo de probar productos que rompen con lo tradicional, proporcionando una sensación de sorpresa y diversión.

- 5. Satisfacción al público:** Los resultados de la encuesta reflejan una recepción positiva, esto indica que las propuestas no solo resultan atractivas, sino también prácticas y valiosas.

Toma de decisiones

A la continua de los resultados y conclusiones de la encuesta, tomamos las próximas estrategias por la revelación del éxito de nuestros productos Versión individual de Chocolista y Dr.Look

Necesidad:

Versión Individual: Nueva versión en botella con una combinación nutricional, ilustración vibrante y que promueve el impulso energético para todos los niños.

Dr.Look: Al estilo chocolista un diseño atractivo de la imagen de Jack, con insumo de chocolate que sale por su cabello al momento de un giro con sus pies.

Propuesta:

Botella de líquido a sabor de chocolista: Una combinación exquisita que tendrá un sabor a chocolista con almendra con la compañía de un envase ecológico.

Dr. Look sabor a chocolista: Un envase colorido y divertido al probar el chocolate con proteínas.

Características:

Sabores que incluyen proteínas

Envases innovadores y ecológicos

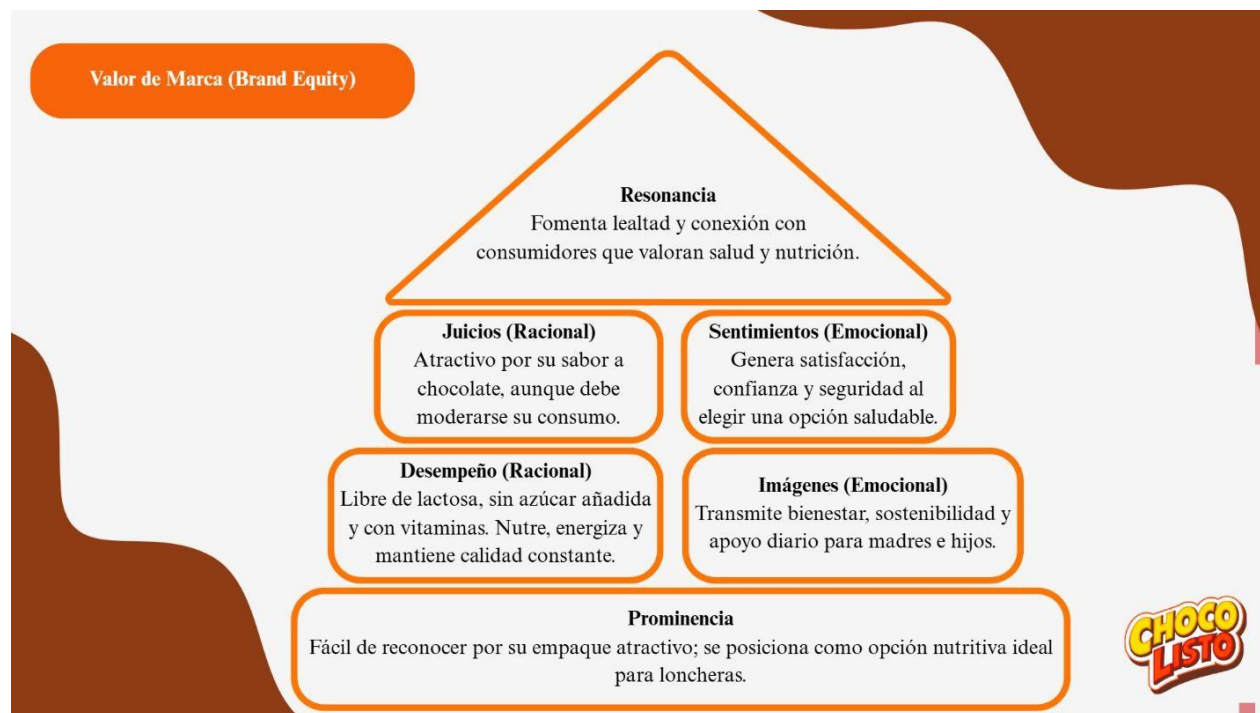
Técnica de Poster:

Nuestras presentaciones de ambos productos en el lanzamiento de mercado y cómo lograr ingresar a nuestro público.



Capítulo III: Concepto Central Creativo

Valor de Marca (Brand Equity)



Posicionamiento de Marca y Slogan

“Chocolisto bebida de almendra” una elección complaciente y lista para las madres de familia, donde inician una creativa lonchera para sus engrėidos, donde se sentirán confiadas a la exquisita combinación del sabor a chocolate con almendras, una opción rápida y natural para mantener hidratos y energizado a cada niño para un buen rendimiento durante todas sus actividades.

Slogan: “Tu lonchera saludable perfecta”

Este slogan captura la esencia de las versiones individuales y listas para beber de Chocolisto, evocando la experiencia única que ofrece el producto. La frase “Tu lonchera saludable perfecta” es una opción práctica y deliciosa para las madres que buscan una forma fácil de ofrecer a sus hijos una bebida saludable y nutritiva.

Claves de diferenciación:

Propio en el mercado: El primer lanzamiento en un envase de botella ecológico, con insumo líquido de chocolisto y almendras, brindando algo innovador y sorprendente para las loncheras de nuestros niños.

Innovación: La imagen del envase es totalmente creativa, donde se visualizará la combinación de los ingredientes, la fuerza y la capa de un héroe para que cada niño logre una meta con la compañía del producto.

Calidad: Están hechos a un sabor único, donde se impulsará un gusto exquisito que es el chocolisto en líquido con la combinación de un fruto seco que es la almendra donde nos beneficia como proteína y vitamina para el rendimiento de cada niño.

Brand Essence Wheel (BEW)

ATRIBUTOS	BENEFICIOS	VALOR	PERSONALIDAD	ESENCIA
NUTRICIÓN	PROTEINA	SALUDABLE	ENÉRGICO	NUTRITIVO
ALMENDRA	SABOR	DELICIOSO	DESEABLE	
MODO DE USO	RAPIDEZ	PRÁCTICO	VERSÁTIL	
AGRADABLE	CREDIBILIDAD	CONFIABILIDAD	CONFIANZA	
ENERGIA	FUERZA	VITALIDAD	ACTIVO	

Nutritivo: Nuestro bebible de almendra refleja la combinación de beneficios saludables y sabor delicioso que el producto ofrece, encapsulando tanto su valor nutricional como atractivo para nuestros niños.

Pirámide del Insight



Fuente: <https://mag.elcomercio.pe/respuestas/regreso-a-clases-2022-que-alimentos-y-bebidas-son-ideales-para-la-lonchera-ideas-de-loncheras-alimentacion-saludable-peru-nnda-nni-noticia/>

Tono de comunicación

Propósito:

Compromiso: El propósito es cumplir con nuestras madres, poder ser la elección de acompañamiento en las loncheras, con una combinación deliciosa y nutritiva. Con nuestro Bebible de Almendra, lograremos conectar con nuestro público objetivo, crear conexiones en esos momentos y con la fortaleza de nuestros ingredientes.

Tono:

Cercano: El tono que nos vamos a dirigir con nuestro público, será confiable y agradable para nuestras madres de familia que tengan la seguridad por la buena elección del producto, para que las loncheras sigan siendo nutritivas.

Carácter:

Honesto: El carácter honesto se adecua con nuestro producto, queremos que nuestro público nos recuerde con calidad, nos busque con seguridad y que nos tenga presente de una manera satisfactoria para su necesidad.

Copy Strategy

La promesa: La versión individual Bebible de Almendra acompañará a las loncheras de cada niño, brindando una exquisita combinación nutritiva y generando un vínculo con el producto.

La prueba: Chocolisto es una marca que lleva años en el mercado, en esta oportunidad acompaña al nuevo producto Chocolisto Bebible de almendra para cumplir con las necesidades de cada mamá al producir calidad y nutrición en su producto.

El beneficio: Bebible de almendra equilibra a una combinación exquisita por el contenido del chocolisto y nutritiva con el fruto de almendras, a sí genera una buena energía para las actividades y aprendizaje de cada niño

El tono: Bebible de almendras se dirige con un tono cercano y agradable, brindando a nuestro público confiabilidad y seguridad por dar una buena nutrición.

Mensaje final: Bebible de almendras son el aliado para las madres de familia en el momento de crear cada lonchera, al degustar nuestro producto ofrecemos la exquisita combinación de nuestros ingredientes. Destacamos también el diseño del envase que impulsa la energía y fuerza.

Claim de la campaña:

“Sabor que encanta, nutrición que aporta”

Este claim encapsula perfectamente la propuesta de valor de Chocolisto Bebible de Almendra. Destaca la combinación única de un sabor irresistible que encanta a los niños, con la nutrición esencial que las madres buscan para sus hijos. No tienen que elegir entre un buen sabor y una alimentación saludable; obtienen ambos en un producto conveniente y listo para beber. Este lema enfatiza que la deliciosa experiencia de sabor va de la mano con un perfil nutricional equilibrado, asegurando que cada sorbo sea tanto placentero como beneficioso para la salud.

Capítulo IV: Branded Content***Campaña Digital en Instagram***

Carruseles para Instagram (8 Carruseles)

“Nutrición Infantil en 3 Pasos”

Post 1: Beneficios de un desayuno equilibrado.

Post 2: Importancia de los snacks saludables.

Post 3: Consejos para simplificar la preparación de alimentos nutritivos.

“Tips para Hacer la Hora del Almuerzo Más Agradable”

Post 1: Cómo hacer que la hora del almuerzo sea divertida para los niños.

Post 2: Ideas para presentaciones atractivas de los alimentos.

Post 3: Cómo involucrar a los niños en la preparación de su almuerzo.

“Cómo Reducir el Tiempo en la Cocina sin Sacrificar Nutrición”

Post 1: Estrategias para reducir el tiempo de preparación de comidas.

Post 2: Uso de ingredientes que simplifican la cocina

Post 3: Cómo planificar comidas para ahorrar tiempo.

Beneficios de las Almendras

Post 1: “¿Sabías que las almendras son una fuente de nutrición increíble?”

Post 2: “Beneficios para la salud de tus hijos.”

Post 3: “Cómo incorporar almendras en la dieta de los niños de manera deliciosa.”

Cómo incorporar Más Frutas en la Dieta de los Niños

Post 1: “¡Más frutas en la dieta!”

Post 2: “Añade frutas a los batidos y yogures.”

Post 3: “Ofrece frutas como snacks.” con el claim: “Sabor que encanta, nutrición que aporta.”

La Importancia del Sueño en el Desarrollo Infantil

Post 1: "Razón 1: Favorece el crecimiento físico."

Post 2 : "Razón 2: Mejora el aprendizaje y la memoria."

Post 3: "Razón 3: Apoya la salud emocional."

Beneficios de los Lácteos en la Dieta Infantil

Post 1 : "Beneficio 1: Fuente de calcio y vitamina D."

Post 2: "Beneficio 2: Apoya el desarrollo óseo."

Post 3: "Beneficio 3: Mejora la salud dental."

Beneficios del Chocolate en Moderación para Niños

Post 1: Beneficios del cacao para la salud.

Post 2: Cómo elegir chocolates saludables.

Post 3: Por qué la moderación es clave.

Historias en Instagram (12 Historias)

"La Mañana de una Madre Moderna"

Inicio: Imagen de una madre apurada por la mañana. Texto: "Las mañanas pueden ser caóticas..."

Nudo: Imagen de la madre preocupada y pensando que bebida puede darle a su hijo para que comience su día con energía

Desenlace: Imagen de la madre y su hijo disfrutando la bebida antes de salir de casa. Texto:

"Nutrición rápida y deliciosa para comenzar el día."

"El Reto del Sabor"

Inicio: Imagen de varios niños probando diferentes bebidas con los ojos vendados. Texto:

"¿Podrán adivinar cuál es su favorita?"

Nudo: Imagen de los niños probando y reaccionando al sabor de Chocolisto Bebible. Texto: "El sabor que encanta a todos."

Desenlace: Imagen de los niños eligiendo Chocolisto Bebible. Texto: "Chocolisto Bebible de Almendra, el ganador indiscutible."

"El Secreto de una Lonchera Perfecta"

Inicio: Imagen de una lonchera vacía. Texto: "¿Qué necesita una lonchera perfecta?"

Nudo: Una madre agregando a la lonchera frutas y snacks saludables. Texto: "Un toque de sabor y nutrición."

Desenlace: Imagen de la lonchera cerrada y lista para el día. Texto: "Lonchera lista, mamá feliz."

"Consejos para Madres Ocupadas"

Inicio: Imagen de una madre revisando el reloj con prisa. Texto: "Para las madres que no paran..."

Nudo: Consejos rápidos sobre cómo integrar Chocolisto Bebible en la rutina diaria. Texto: "Nutrición sin complicaciones."

Desenlace: Imagen del producto junto a otros elementos de la mañana. Texto: "Simplifica tus mañanas con Chocolisto."

Madre vs. Madre: Ideas Rápidas para el Desayuno

Inicio: Encuesta interactiva preguntando a las madres qué prefieren preparar: desayuno dulce o salado.

Desarrollo: Mostrando dos madres compartiendo sus recetas rápidas y saludables.

Cierre: Pregunta interactiva pidiendo a las seguidoras que compartan sus propias recetas.

"Preparándonos para el Día Escolar"

Inicio: Imagen de un niño preparándose para la escuela. Texto: "Cada mañana es una nueva aventura..."

Nudo: Mostrando cómo Chocolisto Bebible se convierte en parte esencial de la rutina. Texto:

"Nutrición para empezar bien el día."

Desenlace: Imagen del niño sonriendo y listo para salir. Texto: "Con Chocolisto, ¡estamos listos!"

"La Merienda Secreta"

Inició: Un niño busca algo delicioso para comer después de la escuela.

Nudo: Encuentra una merienda que su madre le ha dejado en secreto.

Desenlace: Disfruta la merienda, sabiendo que es nutritiva y deliciosa.

"Cocinando con Mamá"

Inició: Una niña quiere ayudar a su madre en la cocina.

Nudo: Preparan juntos una receta rápida y fácil.

Desenlace: El niño está orgulloso de haber ayudado a preparar algo nutritivo.

Cómo Crear un Espacio de Estudio Ideal para los Niños

Inicio: Introduce la necesidad de un buen espacio de estudio para los niños.

Nudo: Muestra ideas para organizar y decorar un área de estudio efectiva y atractiva.

Desenlace: Cierra con una reflexión sobre cómo un buen entorno de estudio puede mejorar el rendimiento académico.

Creando una Rutina de Cuidado Personal para Madres

Inicio: Presenta la importancia de que las madres se tomen tiempo para sí mismas.

Nudo: Comparte ideas para una rutina de cuidado personal rápida y efectiva.

Desenlace: Termina con un recordatorio sobre la importancia de cuidar de uno mismo para estar bien para los demás.

La Importancia de la Hidratación Diaria

Inicio: Introduce la importancia de mantenerse bien hidratado

Nudo: Muestra cómo incluir más agua en la rutina diaria y los beneficios de la hidratación.

Desenlace: Cierra con una nota sobre cómo una buena hidratación mejora la salud y el bienestar general.

Cómo Manejar el Estrés Familiar

Inicio: Introduce la importancia de manejar el estrés en el hogar.

Nudo: Comparte estrategias para reducir el estrés y mantener la calma en situaciones difíciles.

Desenlace: Cierra con una nota sobre la importancia de encontrar equilibrio y serenidad en la vida diaria.

Reels (4 Videos)

Alternativas Saludables a Bebidas Azucaradas

Desarrollo: Opciones de bebidas saludables que son deliciosas y nutritivas.

Texto: "Evita las bebidas azucaradas y elige opciones saludables. ¡Descubre alternativas que a tus hijos les encantarán!"

El Rol de las Grasas Saludables en la Alimentación Infantil

Desarrollo: Información sobre grasas saludables y su importancia en la dieta de los niños.

Texto: "Las grasas saludables son importantes para el desarrollo. Aprende cómo incluirlas en la dieta de tus hijos."

Cómo Hacer que las Comidas Sean Divertidas para los Niños

Desarrollo: Técnicas para hacer que las comidas sean atractivas y divertidas para los niños.

Texto: "Haz que las comidas sean una experiencia divertida. Aquí tienes ideas para que tus hijos disfruten cada bocado."

Cómo Preparar Batidos Nutritivos para Niños

Desarrollo: Ideas para preparar batidos ricos en nutrientes y sabrosos.

Texto: "Los batidos pueden ser una forma deliciosa y nutritiva de comenzar el día. Prueba estas recetas fáciles y saludables."

Campana Digital en Facebook

Consejos para mantener a los niños más activos y saludables.

Imágenes participando en actividades familiares, organizando paseos en bicicleta, caminatas o juegos deportivos en familia. Esto no solo fomenta la actividad física, sino que también fortalece los lazos familiares y crea hábitos saludables.

Imágenes limitando el tiempo frente a pantallas, reduciendo el tiempo que los niños pasan frente a la televisión, computadoras, y dispositivos móviles. En su lugar, ofrecerles actividades físicas que disfruten, como bailar, nadar o practicar algún deporte.

Imagen proporcionando una dieta balanceada, asegurando de que sus hijos consuman una dieta rica en frutas, verduras, proteínas y granos integrales. Una buena nutrición es clave para tener la energía necesaria para mantenerse activos y concentrados durante el día.

3 ideas para estimular la imaginación de los niños.

Imagen creando ilustraciones, proporcionando a los niños papel y lápices de colores para que creen sus propios cuentos ilustrados. Donde puedan inventar una historia, dibujar los personajes y decorarla como deseen. Esto estimula tanto su creatividad narrativa como su habilidad artística.

Imagen organizando sesiones de juego de rol donde los niños puedan asumir diferentes personajes, como astronautas, exploradores o superhéroes. Esto les permite experimentar diferentes perspectivas y roles, fomentando su imaginación y empatía.

Imagen de los padres contando una historia corta y deja que cada niño continúe la narración a su manera. Esta actividad ayudará a desarrollar su capacidad narrativa y les permite sumergirse en mundos imaginarios contruidos por ellos mismos.

Hábitos para prevenir el sobrepeso infantil.

Imágenes incluyendo lácteos en la alimentación diaria de sus niños

Imagen realizando 30 minutos de actividad física al día, el padre junto al hijo.

Imagen de la madre añadiendo 5 porciones frutas y verduras en la alimentación de sus hijos.

Campaña Digital en Youtube

"Simplicidad en la Vida Cotidiana: Estrategias para Madres Ocupadas"

Descripción: Un video que proporciona consejos y estrategias para madres ocupadas que buscan simplificar su vida diaria. Desde la organización del tiempo hasta la elección de productos prácticos, se ofrece contenido valioso sin centrar la atención en un producto específico.

Estructura: Introducción a los desafíos de las madres ocupadas, consejos prácticos para simplificar la rutina diaria y conclusión con un enfoque en la importancia de encontrar productos que apoyen esta simplicidad.

"Cómo Hacer de la Alimentación un Momento Divertido"

Descripción: Presenta formas creativas de hacer que los momentos de comida sean divertidos para los niños.

Estructura: Se presentan diversas opciones de bebidas y snacks saludables, acompañadas de instrucciones sencillas para preparar uno de ellos en casa.

Campaña Digital en Tiktok

"Rutina Matutina Rápida"

Concepto: Muestra una rutina matutina acelerada de una madre con su hijo en formato POV con transiciones rápidas, desde el momento de despertarse hasta salir de casa.

Tendencia: Utiliza música popular de "morning routine" o "get ready with me".

Elemento: Incluye un rápido plano del protagonista tomando una bebida, sin destacar la marca, sólo como parte de la rutina.

"Desayuno en 15 Segundos"

Concepto: Presenta un reto de preparar un desayuno completo en 15 segundos, utilizando cortes rápidos y efectos visuales.

Tendencia: Música de alta energía y estilo "fast-motion".

Elemento: Muestra una bebida lista para llevar junto con otros alimentos, como parte de la presentación final.

"Consejo de Mamá"

Concepto: Una madre ofrece consejos rápidos de vida, intercalados con escenas de ella preparando la lonchera o realizando tareas.

Tendencia: Música suave de fondo con un enfoque en "mom tips".

Elemento: Al preparar la lonchera, se ve la bebida siendo colocada sin hacer énfasis en ella.

"DIY Nutritivo"

Concepto: Un tutorial rápido sobre cómo preparar un snack saludable en casa, una madre con su niña con pasos fáciles y rápidos.

Tendencia: Uso del hashtag #BocadilloSaludables.

Elemento: Al final del video, la niña muestra feliz y disfruta del snack.

"Rutina Nocturna Relajante"

Concepto: Un video que muestra cómo relajarse después de un día largo, con escenas de cuidado personal y preparación para dormir.

Tendencia: Música suave y ambiente relajante.

Elemento: La bebida aparece en la escena nocturna como parte del ritual de relajación.

"En el Camino"

Concepto: Un video de viajes que muestra diferentes lugares a los que va el protagonista, capturando momentos importantes.

Tendencia: Estilo "travel vlog" con música animada.

Elemento: La bebida aparece en la mochila del protagonista o se consume en un lugar pintoresco.

"Datos curiosos sobre la almendra"

Concepto: Comparte datos curiosos sobre las almendras de manera visualmente atractiva. La bebida se menciona al final como una opción derivada de almendras.

Tendencia: Usa gráficos animados para hacer los datos más entretenidos.

Elemento: Invita a los usuarios a comentar con su dato curioso favorito sobre la nutrición.

"Manualidades divertidas"

Concepto: Muestra manualidades rápidas y divertidas para hacer con los niños. Al final, sugiere una pausa con la bebida después de la actividad.

Tendencia: Usa una música animada y alegre, ideal para manualidades.

Elemento: Invita a los seguidores a compartir sus proyectos de manualidades.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusión 1: Principales hallazgos del trabajo

La investigación evidenció una tendencia creciente hacia el consumo de productos saludables, particularmente entre madres de familia que priorizan alternativas prácticas y nutritivas para sus hijos. Este hallazgo reafirma la viabilidad de introducir al mercado una bebida de almendra bajo la marca Chocolisto, siempre que se respete la promesa de sabor y calidad que la marca representa.

Recomendación 1:

Dirigir la comunicación publicitaria a madres de familia, resaltando los beneficios nutricionales del producto, sin perder de vista el valor afectivo y tradicional que Chocolisto simboliza en el entorno familiar.

Conclusión 2: Retos del diseño del plan publicitario

Uno de los principales desafíos consistió en comunicar la innovación del nuevo producto sin distorsionar la imagen cercana y familiar de la marca. Fue imprescindible diseñar un discurso equilibrado que integrara los atributos de salud y confianza, fundamentales para nuestro público objetivo.

Recomendación 2:

Antes del lanzamiento oficial, se recomienda realizar pruebas de contenido en redes sociales con segmentos representativos de madres de familia, con el fin de validar la claridad, pertinencia y resonancia del mensaje propuesto.

Conclusión 3: Aportes de la investigación realizada

El uso de herramientas metodológicas como el mapa de actores, las entrevistas a profundidad, el diagrama de Ishikawa y el modelo IER permitió una comprensión integral tanto de la marca

como de las expectativas del consumidor. Estas técnicas fortalecieron el diseño de una estrategia publicitaria centrada en el usuario.

Recomendación 3:

Incorporar estas herramientas en futuras investigaciones publicitarias, ya que permiten identificar con mayor precisión las motivaciones, necesidades y preocupaciones de audiencias específicas, como en este caso las madres encargadas de la alimentación familiar.

Conclusión 4: Valor del proceso creativo aplicado

Las técnicas empleadas en la fase creativa —brainstorming, ideación con superhéroes y cardsorting— facilitaron la generación de ideas relevantes que reflejan los valores y aspiraciones del público objetivo. Este enfoque permitió desarrollar un concepto comunicacional con alto potencial de conexión emocional.

Recomendación 4:

Aplicar estas metodologías en etapas tempranas de futuras campañas, ya que favorecen una mirada empática del consumidor y promueven soluciones alineadas con su realidad cotidiana.

Conclusión 5: Impacto del Branded Content en canales digitales

Las campañas diseñadas para plataformas como Instagram, Facebook, TikTok y YouTube consideraron los hábitos de consumo digital de las madres de familia, quienes utilizan estos medios como fuentes de información, entretenimiento y descubrimiento de productos. La consistencia entre tono, mensaje y formato resultó clave para lograr una presencia sólida en cada canal.

Recomendación 5:

Continuar con la generación de contenido adaptado a las características y dinámicas propias de cada red social, asegurando que el estilo visual y el tono emocional refuercen la identificación del público con la marca.

Conclusión 6: Fortalezas del concepto central y su proyección

El desarrollo del concepto creativo, el slogan, el claim de campaña y la estrategia de redacción publicitaria consolidaron una narrativa alineada con los valores familiares y de bienestar promovidos por el nuevo producto. Esta coherencia permite proyectar el concepto a largo plazo dentro de futuras campañas.

Recomendación 6:

Documentar y sistematizar el proceso creativo como un caso de estudio, a fin de que pueda ser replicado o adaptado en otros proyectos dirigidos a audiencias familiares, sirviendo como referencia para estudiantes y profesionales del ámbito publicitario.

Referencias Bibliográficas

Historia y evolución de la marca Chocolisto

Chocolisto. (s.f.). Nuestra historia. Recuperado de

<https://chocolisto.com/nuestra-historia/Chocolisto>

Salazar, A. (2022). Campaña Chocolisto. SlideShare. Recuperado de

<https://es.slideshare.net/AlejandroSalazarSilv/campaa-chocolistowww.slideshare.net>

Gutiérrez, J. (2025). Historia de la marca Chocolisto. Prezi. Recuperado de

<https://prezi.com/p/j2yy5ghuukbn/historia-de-la-marca-chocolisto/prezi.com>

Presencia internacional y expansión de mercado

La República. (2014). Chocolisto no descarta entrar al nicho de las galletas para restar mercado a competidores. Recuperado de

<https://www.larepublica.co/empresas/chocolisto-no-descarta-entrar-al-nicho-de-las-galletas-para-restar-mercado-a-competidores-2132821>

Noticias Colombianas. (2014). Chocolisto, la cuarta marca en ventas para la Compañía Nacional de Chocolates. Recuperado de

<https://noticiascolombianas.blogspot.com/2014/06/chocolisto-la-cuarta-marca-en-ventas.html>

Campañas publicitarias y branding

Grupo Nutresa. (2022). Grupo Nutresa y Chocolisto avanzan en su estrategia de “Marcas con propósito”.

Recuperado de

<https://gruponutresa.com/comunicado/grupo-nutresa-y-chocolisto-avanzan-en-su-estrategia-de-marcas-con-proposito/Nutresa>

Chocolisto. (2022). #MarcasconPropósito ¡Chocolisto existe para que los niños lleguen lejos!.

Recuperado de

<https://chocolates.com.co/actualidad/marcasconproposito-chocolisto-existe-para-que-los-ninos-lleguen-lejos/>

Chocolisto. (s.f.). Chocolisto te hace grande. Facebook. Recuperado de

https://www.facebook.com/photo.php?fbid=149058411796968&id=140927249276751&locale=pt_PT&set=a.149057801797029Facebook+1Facebook+1

Tendencias de consumo saludable y alimentación materna

Universidad Autónoma de Occidente. (2017). Alimentación saludable, la gran tendencia del consumo.

Recuperado de

<https://red.uao.edu.co/server/api/core/bitstreams/4d349168-aa75-429a-8667-a724f1412b44/content>

Maryland Physicians Care. (s.f.). Consejos sobre comidas y bebidas para su familia. Recuperado de

<https://www.marylandphysicianscare.com/frc/consejos-sobre-comidas-y-bebidas-para-su-familia/?lang=es>

SciELO México. (2008). Consumo de bebidas para una vida saludable. Recuperado de

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0036-36342008000200011&script=sci_arttext

Estrategias de marketing digital y branded content

Agencia Digital ZC. (2024). Día de la Madre: 3 ejemplos de estrategias marketing digital. Recuperado de <https://agenciadigitalzc.com/dia-de-la-madre-estrategia-marketing-ejemplos/>

Humano 360. (2024). Estrategias efectivas de branded content para redes sociales. Recuperado de <https://www.humano360.com/estrategias-efectivas-de-branded-content-para-redes-sociales/humano360.com>

Community Madre. (s.f.). Branded content. Recuperado de <https://communitymadre.com/branded-content/>

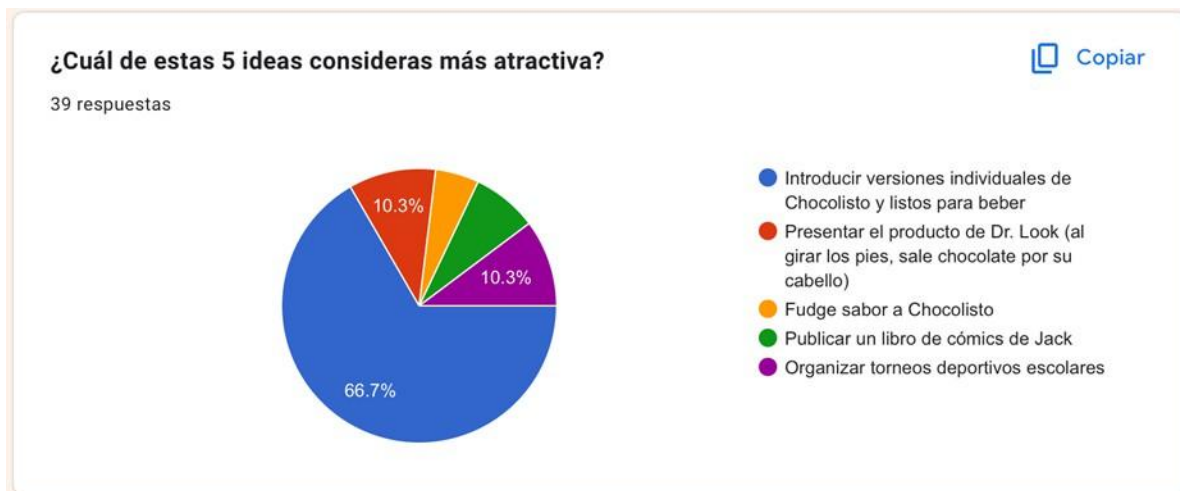
Chocolate Comunicación Social. (2021). Branded content con propósito: Aprende a generar contenido que conecte. Recuperado de <https://chocolatecomunicacionsocial.es/wp-content/uploads/2021/04/PAPER-BRANDED-CONTENT.pdf>
[CHOCOLATE](#)

Hábitos de consumo y comportamiento de las madres en redes sociales

Puro Marketing. (2014). Madres y redes sociales: una influencia cada vez más presente en decisiones de compra. Recuperado de <https://www.puromarketing.com/16/19324/madres-redes-sociales-influencia-cada-presente-decisiones>

Anexos

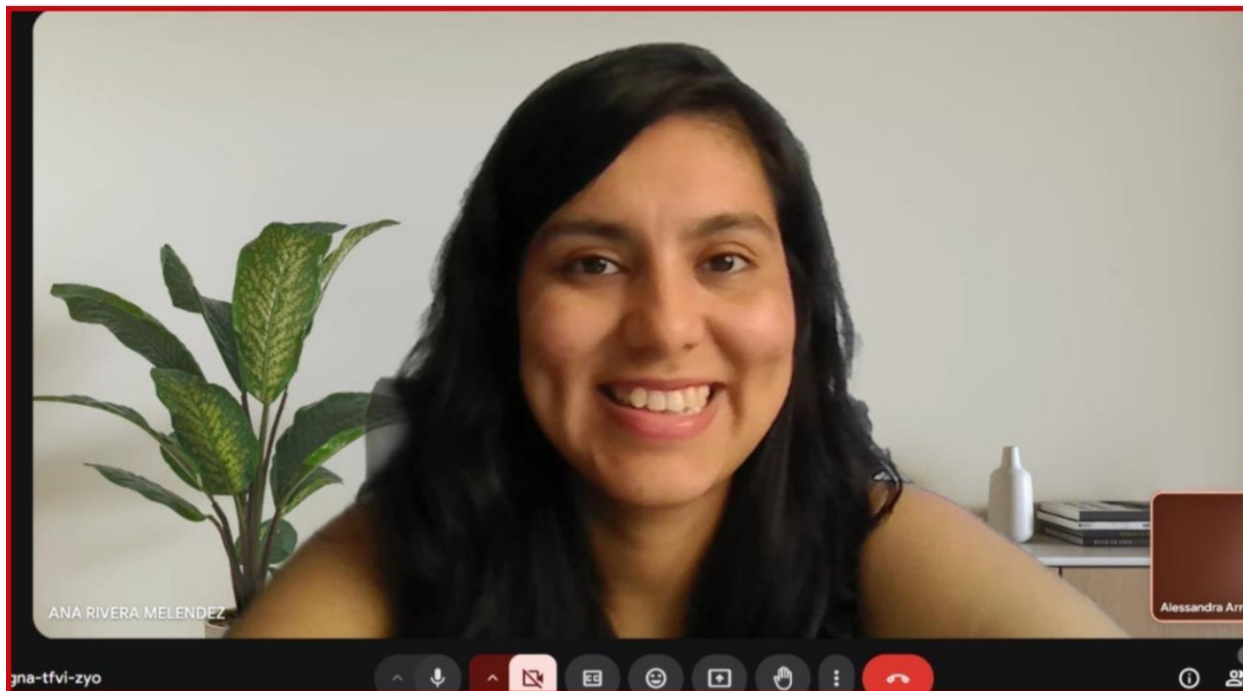
Investigación Cuantitativa



Después de evaluar las cinco ideas presentadas en la encuesta, la opción que generó mayor interés fue lanzar versiones individuales de Chocolisto listas para beber. Esta propuesta resultó especialmente atractiva para los participantes por ser práctica, fácil de consumir en cualquier momento y por tratarse de un producto que ya conocen y disfrutan.

Los encuestados resaltaron que lo que más valoran en una bebida de chocolate individual es principalmente el sabor, seguido de su valor nutricional, lo que refuerza la buena recepción de esta idea. El formato individual también responde a una necesidad actual: productos que se puedan llevar fácilmente a la escuela, al trabajo o consumir fuera de casa.

Investigación Cualitativa



Durante la entrevista con Ana Rivera, madre de mellizos de 5 años y docente de educación inicial, se resaltaron varios aspectos importantes sobre sus hábitos y prioridades al momento de preparar loncheras. Ana busca variedad, sabor y alto valor nutricional, y considera que productos como Chocolisto pueden ser aliados en ese proceso.

Destacó que el empaque le pareció novedoso y atractivo, especialmente porque logró captar el interés de sus hijos. Esta conexión emocional fortaleció su confianza en la marca. Para ella, lo más importante es que los alimentos que consumen sus hijos sean saludables, prácticos y libres de ingredientes dañinos.

Su ideal sería contar con productos listos para consumir, como bebidas o galletas nutritivas, que ofrezcan practicidad sin sacrificar la calidad, lo que le permite sentirse segura de estar eligiendo lo mejor para sus hijos.